

Membre de l'université Paris Lumières

José María Cuenca Montesino

L'application *WhatsApp* dans la négociation franco-espagnole : un catalyseur de la confiance interculturelle

Thèse présentée et soutenue publiquement le 01/12/2017

en vue de l'obtention du doctorat de Langues, littératures et civilisations romanes:

Espagnol

de l'Université Paris Nanterre

sous la direction de Mme Mercè Pujol Berché (Université Paris Nanterre)

Jury * :

Rapporteuse :	Mme Isabel Vázquez de Castro	Maître de Conférences HDR, Université Paris - Est Créteil (ESPE)
Rapporteur :	M José Carlos de Hoyos Puente	Maître de Conférences HDR, Université Lumière Lyon 2
Membre du jury :	Mme María Luisa Calero Vaquera	Catedrática, Universidad de Córdoba
Membre du jury :	Mme Mercè Pujol Berché	Professeure, Université Paris Nanterre
Membre du jury :	M Joël Brémond	Professeur, Université de Nantes
Membre du jury :	M Christian Lagarde	Professeur, Université de Perpignan Via Domitia

Remerciements

María Luisa Cuenca Montesino
Clotilde Bremaud, Marc Marteau et Léo
Antoine Berger et Cécile Bigot
Idoia Ibarbuen Florencio, Víctor Sánchez Pérez, Unai et Paula
Patricia Gutiérrez Laffargue, Noemí Rámila et Tamara Lobato Beneyto
Valérie Savin et Valérie Lucas
Cristina Alonso Aruffo, Drina Román et Elena Bernal Ochoa
Julie Privat et Françoise Normand
Ana Martín Muñoz
José Francisco Queiruga
Sylvie Lupton

Maison des Langues de l'Université de Poitiers
Gaëlle Chabasse et Christophe Naud

Groupe d'Étude et de Recherche en Espagnol de Spécialité - GERES
Marcelo Tano et María Magdalena Fasano Márquez

Tout particulièrement à
Catherine Lacroix et Anne-Claire Lacroix

et

Mercè Pujol Berché
Moltíssimes gràcies per tot

Para René, porque esta tesis es también la tuya.

Table des matières

INTRODUCTION GÉNÉRALE ET OBJET DE LA RECHERCHE : DE L'IMPORTANCE DE LA CONFIANCE DANS LA NÉGOCIATION FRANCO-ESPAGNOLE.	7
❖ PROBLEMATIQUE.....	24
❖ QUESTIONS ET HYPOTHESES	26
❖ DEMARCHE METHODOLOGIQUE	27
PREMIÈRE PARTIE. CADRES THÉORIQUE ET CONCEPTUEL	29
INTRODUCTION AU CHAPITRE I	31
1.1 LE CONCEPT DE CULTURE ET LA COMPÉTENCE CULTURELLE	32
1.1.1 <i>Définition du concept de culture</i>	33
1.1.2 <i>La compétence culturelle</i>	53
1.2 LE CONCEPT D'INTERCULTUREL ET LA COMPÉTENCE INTERCULTURELLE	63
1.2.1 <i>Altérité et communication</i>	64
1.2.2 <i>Définition du concept d'interculturel</i>	66
1.2.3 <i>La communication interculturelle</i>	70
1.2.4 <i>La compétence interculturelle</i>	76
1.3 LA CONFIANCE INTERCULTURELLE	80
1.3.1 <i>La confiance interpersonnelle</i>	80
1.3.2 <i>La confiance interculturelle</i>	90
SYNTHÈSE DU CHAPITRE I	97
INTRODUCTION AU CHAPITRE II	99
2.1 LE CONCEPT DE NEGOCIATION	100
2.1.1 <i>Définition du concept de négociation</i>	100
2.1.2 <i>Les acteurs impliqués dans la négociation</i>	103
2.1.3 <i>La négociation commerciale</i>	103
2.1.4 <i>La négociation conversationnelle</i>	104
2.2 LA NEGOCIATION INTERCULTURELLE FRANCO-ESPAGNOLE	107
2.2.1 <i>Culture et négociation</i>	107
2.2.2 <i>La négociation franco-espagnole</i>	111
2.2.3 <i>L'influence des stéréotypes dans la négociation</i>	112
2.3 LE SECTEUR DU VIN NATUREL EN FRANCE ET EN ESPAGNE	118
2.3.1 <i>Le secteur viticole. Le cas de la France et de l'Espagne</i>	118
2.3.2 <i>Le raisin et le vin</i>	121
2.3.3 <i>Le vin et les relations commerciales entre la France et l'Espagne</i>	123
SYNTHÈSE DU CHAPITRE II	130
INTRODUCTION AU CHAPITRE III	131
3.1 LA (R)EVOLUTION DU PARADIGME NUMERIQUE	132
3.1.1 <i>Les Technologies de l'Information et de la Communication</i>	132
3.1.2 <i>Les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication</i>	133
3.1.3 <i>Les Technologies de la Relation, de l'Information et de la Communication</i>	142
3.1.4 <i>Les Technologies de l'Apprentissage et de la Connaissance</i>	145
3.1.5 <i>Les Technologies pour l'Autonomie et la Participation</i>	147
3.2 LES RESEAUX SOCIAUX VIRTUELS	149
3.2.1 <i>L'espace public et l'espace privé</i>	149
3.2.2 <i>Le concept de réseau</i>	152
3.2.3 <i>Le concept de réseau social</i>	155
3.2.4 <i>Le concept de réseau social virtuel</i>	160
3.2.5 <i>Les applications pour téléphones intelligents et les réseaux sociaux virtuels</i>	172
3.3 L'APPLICATION WHATSAPP	175
3.3.1 <i>Le concepteur de l'application WhatsApp</i>	175
3.3.2 <i>La conception de l'application WhatsApp</i>	176
3.3.3 <i>Caractéristiques techniques de l'application WhatsApp</i>	179
3.3.4 <i>WhatsApp pour les entreprises</i>	185

3.3.5 Caractéristiques de l'écriture digitale sur l'application WhatsApp.....	192
SYNTHÈSE DU CHAPITRE 3.....	215
SYNTHÈSE DE LA PREMIÈRE PARTIE.....	216
DEUXIÈME PARTIE. MÉTHODOLOGIE.....	218
CHAPITRE IV : MÉTHODOLOGIE.....	219
4.1 RECUEIL DE DONNEES	219
4.2 APPROCHE METHODOLOGIQUE	219
4.3 DEMARCHE METHODOLOGIQUE.....	221
4.4 OUTILS METHODOLOGIQUES	221
4.4.1 <i>La conversation ouatsap</i>	222
4.5 DONNEES OBTENUES ET CORPUS DE TRAVAIL	225
4.5.1 <i>Anonymisation des données</i>	225
4.5.2 <i>Processus de construction du corpus</i>	230
4.6 TRAITEMENT DES DONNEES.....	231
4.7.1 <i>Étude globale</i>	231
4.7.2 <i>Étude analytique</i>	233
TROISIÈME PARTIE. ANALYSE DES DONNÉES.....	237
ÉTUDE GLOBALE.....	238
5.1 L'INFOMEDIATION.....	238
5.1.1 LE RESEAUTAGE.....	238
5.1.2 <i>Les commandes</i>	239
5.1.3 <i>Les démarches administratives</i>	242
5.1.4 <i>Les conseils professionnels</i>	249
5.1.5 <i>Les conseils personnels</i>	252
5.2 INTEROPERABILITE	253
5.2.1 <i>Interopérabilité fonctionnelle</i>	253
5.2.1 <i>Interopérabilité sémantique</i>	254
5.3 LA COMMUNICATION MULTIMODALE.....	255
5.3.1 <i>Recours au courrier électronique</i>	255
5.3.2 <i>Recours au téléphone</i>	256
5.3.3 <i>Recours au face à face présentiel</i>	257
5.4 CONCLUSIONS SUR L'APPROCHE GLOBALE	258
ÉTUDE ANALYTIQUE.....	262
6.1 LA MANIFESTATION DE LA COMPLICITE	262
6.1.1 <i>Alternance de contextes</i>	262
6.1.2 <i>Utilisation de formules stéréotypées et de l'humour</i>	281
6.1.3 <i>Niveau de langue courant</i>	305
6.1.4 <i>Atténuation des limites de la frontière entre le contexte professionnel et le contexte personnel</i>	330
6.2 LA MANIFESTATION DE LA FAMILIARITE	342
6.2.1 <i>Familiarité au sens commun du terme</i>	342
6.2.2 <i>Familiarité interculturelle</i>	348
6.3 LA MANIFESTATION DE L'INTIMITE PARTAGEE.....	356
6.3.1 <i>Conversations ouatsap entre María et Jesús</i>	356
6.3.2 <i>Conversations ouatsap entre María et Pedro</i>	357
6.4 LA CONSTRUCTION DE LA RELATION DE CONFIANCE	358
6.4.1 <i>Principe de symétrie</i>	358
6.4.2 <i>Principe de réciprocité</i>	363
6.4.3 <i>Principe de sincérité</i>	365
6.5 CONCLUSIONS SUR L'APPROCHE ANALYTIQUE.....	370
CONCLUSION.....	377
❖ APPORT DE LA RECHERCHE.....	383
❖ PERSPECTIVE DE RECHERCHE.....	386

BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DE L'INTRODUCTION	388
BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPÎTRE 1.1	400
BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPÎTRE 1.2	409
BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPITRE 1.3	416
BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPITRE 2.1	421
BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPITRE 2.2	423
BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPITRE 2.3	425
BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPÎTRE 3.1	426
BILBIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPÎTRE 3.2	434
BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPITRE 3.3	441
BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPÎTRE 4	455
ANNEXE N° 1. DIMENSIONS DE DIFFERENCIATION CULTURELLE SELON DIFFERENTS AUTEURS (FRAME, 2013 : 36-38)	458
ANNEXE N° 2. DESCRIPTEURS DE LA COMPETENCE INTERCULTURELLE. SOURCE : APLV.	461
ANNEXE N° 3. VINS D'ESPAGNE (DENOMINACIÓN DE ORIGEN)	464
ANNEXE N° 4. MODÈLE D'EMCS	465
ANNEXE N° 5. LE SMARTPHONE DANS LE MONDE ; CHIFFRES ET PERSPECTIVES.	470
ANNEXE N° 6. TRAFIC DE DONNEES MOBILES (2016-2021).	471
ANNEXE N° 7. NOMBRE D'UTILISATEURS ACTIFS DES RSV EN FRANCE (2017).	472
ANNEXE N° 8. RSV EN ESPAGNE (2016).	473
ANNEXE N° 9. SAISIE MANUELLE DU MESSAGE SUR L'APPLICATION WHATSAPP	474
ANNEXE N° 10. ENREGISTREMENT DE FICHER AUDIO SUR L'APPLICATION WHATSAPP. .	475
ANNEXE N° 11. SAISIE ORALE DU MESSAGE SUR L'APPLICATION WHATSAPP	476
ANNEXE N° 12. LISTE D'EMOJIS	477

INTRODUCTION GÉNÉRALE ET OBJET DE LA RECHERCHE : DE L'IMPORTANCE DE LA CONFIANCE DANS LA NÉGOCIATION FRANCO-ESPAGNOLE.

« [...] Il n'y a pas de confiance du tout, non, il n'y en a absolument pas [...] Non. Aucune confiance [...] parce que c'est dans le monde des affaires [...] parce que l'on peut [...] se donner des *abrazos más fuertes posibles*, mais... non. Il faut être extrêmement rigoureux, il faut savoir qu'en Espagne vous avez au moins 25 % de l'activité qui est au noir, donc, dans les comptes des entreprises, vous avez très souvent deux ou trois comptabilités, donc il faut jamais prendre pour argent comptant ce que l'on vous dit, il faut tout vérifier et le vérifier trois fois. Et prendre des systèmes de contre-vérification. Donc la confiance, jamais¹ [...] »

Ce travail de recherche doctorale est la suite de notre recherche de master² menée en 2001, laquelle avait pour objet l'analyse de la culture dans le cadre de la négociation franco-espagnole contemporaine en vue d'identifier les aspects interculturels qui interviennent dans celle-ci. Grâce à cette recherche de master nous avons pu mettre en exergue les principaux aspects interculturels ayant une réelle incidence dans la négociation commerciale entre Français et Espagnols, à savoir : la langue de communication utilisée lors de la négociation ; la conception de l'espace et du temps ; les us et coutumes ; les stéréotypes et les préjugés provoqués par l'expérience de l'altérité et, enfin, la confiance.

Notre travail de recherche doctoral se donne pour objectif l'approfondissement de l'un des aspects interculturels soulignés *supra* dans le cadre de la négociation franco-espagnole : la confiance.

¹ Témoignage apporté par Brigitte Arnaudiez lors de la conférence donnée en juillet 1995 à la Fundación UCM (Madrid, Espagne). Cité par Cuenca Montesino, José Maria (2001) : Aspectos interculturales de la negociación franco-española. Reflexión sobre el lugar de la cultura en clase de español comercial. Criterios para una actitud etnoexpansiva, in Red electrónica de didáctica del español como lengua extranjera – RedELE, Espagne, p. 111. [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.mecd.gob.es/redele/Biblioteca-Virtual/2004/memoriaMaster/2-Semestre/CUENCA-M.html> (Date de consultation : 30/09/2017).

² Cuenca Montesino, *ibid.*

Les processus d'urbanisation, de migration, de mondialisation³ culturelle ainsi que l'émergence de nouveaux styles de vie ont une forte répercussion sur la société civile et politique (Arellano Salas, 2015 : 24), ce qui met en perspective le rôle prépondérant de l'altérité au quotidien. Par ailleurs, l'avancée technologique met en évidence certains inconvénients et quelques risques potentiels liés au développement technologique, ce qui s'est traduit par une prise de conscience généralisée dans les années 80 du siècle dernier (Schuller, 2004 : 7). En outre, comme le signale Laurent (2009 : 6), la crise globale, financière et économique survenue à partir du printemps 2007 a placé au centre du débat public mondial le thème de la confiance à plusieurs niveaux (e.g, confiance dans les relations interbancaires, confiance des ménages et des entreprises dans l'avenir, confiance des marchés dans la signature de la puissance publique), et un premier constat nous fait remarquer que la confiance se signale par son absence et demeurerait insaisissable lors de son existence.

En effet, eu égard à la complexification sociale, la recherche menée sur les concepts de risque, de modernité et de complexité a conduit les chercheurs à prendre de nouveau en considération la notion de confiance, qui avait déjà été abordée par la science sociologique plusieurs années auparavant (Simmel, 1908 et Luhmann, 1969) mais visiblement laissée de côté dans la recherche. Nous devons de plus en plus faire appel à la confiance afin que nous puissions supporter la complexité de l'avenir engendrée par la technique (Luhmann, 2006 : 17).

La confiance est un élément qui nous accompagne tout au long de notre existence, dès la naissance jusqu'à la mort. Comme le signale Luhmann (2006 : 1), sans confiance, l'homme n'arriverait même pas à quitter son lit le matin. Sans la confiance, aucun monde, aucune humanité ne semble possible⁴ et nous plonge dans la solitude, l'incertitude et la finitude d'un accablement (Damien, 2000 : 21).

^{3 3} De nombreuses études font référence à la nuance existante entre les concepts de « globalisation » et la « mondialisation » (Queyras, 2005 : 23-25). Comme l'explique Landes (2000 : 2) le terme mondialisation ferait allusion à « la diffusion d'une civilisation mondiale avec tous ses aspects intellectuels et spirituels, un processus potentiellement humanitaire, égalitaire, universaliste, mû par le respect de chacun pour chacun » tandis que le terme globalisation ferait allusion à « la diffusion et l'établissement de l'empire des riches sur les pauvres, sur les autres, forts contre faibles, processus économique et politique ».

⁴ Les études montrent que l'ocytocine est impliquée dans la modulation des processus sociaux, et qu'elle promeut particulièrement la confiance et la coopération au sein de l'endogroupe puisqu'elle

Une première lecture du concept de confiance nous montre qu'il s'agit d'un concept protéiforme susceptible d'être analysé sous le vaste prisme des sciences sociales. En effet, plusieurs disciplines ont essayé de définir le concept de confiance : la littérature (e.g., Montaigne, 1580 ; Lope De Vega, 1621 ; Gracián, 1647 ; Hume, 1688) ; la linguistique (e.g., Grinder, 1970 ; Bateson, 1988 ; Mainguenu, 1991) ; la psychologie sociale (e.g., Deutsch, 1962 ; Erikson, 1963 ; Rotter, 1967 ; Petermann, 1999 ; Meyer, Davis, Schooman, 1995) ; l'économie (e.g., Moorman, Deshpandé et Zaltman, 1993 ; Williamson et Craswell, 1993 ; Hosmer et Fukuyama, 1995 ; Johansen et Von-Lampe, 2002) ; la philosophie (e.g., Bacon, 1587 ; Locke, 1663 ; Baier, 1994 ; Eco, 1997 ; Bailey, 2002 ; Cortina, 2003 ; García Marzá, 2004) ; la sociologie (e.g., Simmel, 1908 ; Coleman, 1990 ; Luhmann, 2000 ; Gambetta ; 2000 ; Hardin, 2002 ; Castells, 2012) ; l'anthropologie (e.g., Adler Lomnitz, 1971 ; Camagni, 1991), voire l'histoire (e.g., Algan et Cahuc, 2007).

La complexité du concept de confiance est évoquée dans la littérature scientifique. En effet, la confiance est identifiée comme concept marécageux (Barber, 1983), insaisissable (Gambetta, 1988), ambigu (Usiner et Bidault, 1998), polymorphe (Guibert, 1999), épais, pluridimensionnel, hyper-concept (THUDEROZ, 2003) et complexe (Schuller, 2004). Comme l'évoquent Akrouit et Akrouit (2011 : 60), l'accumulation des définitions, des modélisations et des échelles de mesure n'a pas permis de dissiper les incertitudes et les confusions qui pèsent toujours sur ce concept. La nature même de ce concept le rend difficilement saisissable :

« [...] est-ce un trait anthropologique [...] voire une disposition générale de la nature humaine plus ou moins développée selon les cultures nationales ? Est-ce le produit de la constitution par les individus de réseaux sociaux [...] ? Est-ce un phénomène micro-social ou macro-social ? Est-ce un sentiment, une qualité, une vertu ? Une relation, un choix, une attente ? [...] ». (Laurent, 2009 : 7).

La confiance est un sujet qui soulève beaucoup d'intérêt actuellement. En effet, une simple recherche sur la barre d'auto-complétion du moteur de recherche *Google* fait montre de l'intérêt suscité par ce concept ; le mot français *confiance* atteint des résultats peu significatifs par rapport à ses équivalents anglais (*trust*) et espagnol

joue un rôle dans le maintien de la relation et la cohésion du groupe tout en le protégeant (Lane et ali., 2012 : 256-285).

(*confianza*) (voir tableau n° 1). Toutefois, dans le cadre de la littérature scientifique au sujet de la confiance, il s'avère qu'elle est nettement moins traitée au niveau francophone qu'aux niveaux anglophone, germanophone (Schuller, 2004 : 7), voire hispanophone.

Tableau n° 1. Résultats obtenus lors de la recherche du mot confiance sur le moteur Google⁵ en anglais, espagnol, français et allemand.

Langue	Mot	Résultats
Anglais	<i>Trust</i>	997 000 000
	<i>Confidence</i>	570 000 000
Espagnol	<i>Confianza</i>	143 000 000
Français	Confiance	87 600 000
Allemand	<i>Vertrauen</i>	54 000 000
	<i>Zutrauen</i>	1 850 000

Il faut souligner que l'allemand et l'anglais ont deux termes chacun pour exprimer deux dimensions de la confiance (*Vertrauen* et *Zutrauen*⁶ pour l'allemand ; *trust* et *confidence* pour l'anglais) tandis que le français et l'espagnol n'ont qu'un seul terme (*confiance* et *confianza* respectivement). Par ailleurs, l'allemand, l'anglais et l'espagnol ont recours à un verbe qui comporte la même base lexicale que le substantif (*trauen* en allemand, *to trust* en anglais, *confiar* en espagnol) tandis que le français a recours à une forme périphrastique intégrant le substantif (*faire confiance à*). Enfin, l'allemand et l'anglais ont deux termes précis respectivement pour désigner

⁵ (Date de consultation : 28 juin 2017).

⁶ *Vertrauen* et *trust* (la « confiance décidée » ou la confiance comme acte ou connivence entre les parties) ; *zutrauen* et *confidence* (la « confiance assurée » ou confiance comme sentiment ou croyance sans preuve). La confiance décidée fait allusion à une nature processuelle de construction (« faire confiance à ») tandis que la confiance assurée fait allusion à une nature statique (« confier » ou « être en confiance »). (Usunier, 2000).

les individus participant à une relation de confiance (*Vertrauensgeber* et *Vertrauensnehmer* pour l'allemand ; *trustor* et *trustee* en anglais) tandis que le français et l'espagnol manquent de substantif à cet égard, ce qui oblige la présence d'une forme périphrastique⁷ pour les déterminer (*celui qui fait confiance* et *celui à qui est accordée la confiance* pour le français ; *el que confía* et *en quien se confía* pour l'espagnol).

L'étymologie du mot confiance nous sera très utile pour l'appréhension du concept qui nous occupe. En effet, le mot confiance est d'origine latine⁸ ; il renvoie à l'idée d'être ensemble (*cum* > *con*) et à l'idée de se fier (*fidēre* > * *fidāre* > *fier*) à autrui (un individu, un groupe d'individus) ou à quelque chose (une organisation, une institution) (Gamba-Nasica, 2014 : 146). Ainsi, le verbe « confier » signifie que l'on remet quelque chose de précieux à quelqu'un, en se fiant à lui et en s'abandonnant ainsi à sa bienveillance et à sa bonne foi (Marzano, 2010 : 1), idée qui sera mise en valeur en français grâce à la collocation « accorder sa confiance » (i.e., *unir de cœur la confiance* ou bien *mettre d'accord la confiance*, le cœur étant le siège des passions et des sentiments nobles, dont la confiance).

Les anciens grecs avaient le mot *πίστις* (*pistis*) pour désigner la confiance. Comme l'explique Damien (2000 : 23-26) :

« [...] En grec la confiance est *pistis*, recherche d'un point d'appui faible en autrui. Elle est alors subjectivement bonne foi mutuelle mais fragile comme le rappellent sans cesse les tragiques, elle doit être garantie objectivement par un dépôt, un gage qui engage un échange public et visible. Cette visibilité oblige personnellement au respect et constitue un devoir sacré au risque d'être cerné par l'opprobre [...] À Rome [...] l'homme de confiance est [...] celui qui respecte le serment contractuel de la parole donnée dans et par le serrement franc de la main droite [...] : chacun peut être assuré qu'il veillera, avec l'attention bienveillante d'un garant protecteur, à la sécurité, au bien-être de ses protégés qui, confiants, lui assurent le service des dévouements [...] ».

⁷ Les substantifs *fiduciant* et *fidéicommissaire* en français et *fideicomitente* et *fidecomisario* en espagnol font partie du lexique de spécialité du droit.

⁸ 1. [XIII^{es}. *confiance* ds DG] 1408 « foi en quelque chose, en quelqu'un » (*Preuves de l'hist.de Bourgogne*, III, p. CCLXIII, éd. 1748 d'apr. Delboulle ds *R. Hist. litt. Fr.*, t. 6, p. 469) ; 2. 1611 « assurance, hardiesse » (COTGR.). Empr., avec francisation d'apr. *fiance**, au lat. class. *confidentia*, dér. de *confidere* (*confier**). Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales (CNRTL). [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.cnrtl.fr/etymologie/confiance> (Date de consultation : 30/09/2017).

En effet, le mot *fidēs* est utilisé en latin classique pour exprimer le lien qui oblige le fort vis-à-vis du faible, qu'il doit protéger, assister fidèlement et durablement en remplissant ses engagements et en tenant ses promesses (Damien, 2000 : 23-26). Par conséquent, la confiance est avant tout un rapport dyadique entre les acteurs de la relation. Celui qui détient la *fides* qu'un homme a mis en lui tient cet homme à sa merci ; mettre sa *fides* en quelqu'un procurait en retour sa garantie et son appui (Fontaine, 2008 : 18). Néanmoins, cette garantie et cet appui dépendaient ostensiblement du degré de soumission de la personne qui détenait la *fides*. Par conséquent, comme l'affirme Benveniste (1969 : 177), la *fides*, signifie « la qualité propre d'un être qui lui attire la confiance et s'exerce sous forme d'autorité protectrice sur qui se fie en lui », tout en tenant compte du fait que la chose confiée est communément possédée par chacun des partenaires de la relation⁹ (Balsa, 2005 : 20). Il faut toutefois souligner que la notion de *fidēs* est très proche du *kred*¹⁰ germanique puisque confier quelque chose (ce qui est par ailleurs un emploi du verbe *credo*¹¹) c'est remettre à un autre, sans considération du risque, quelque chose qui est à soi, qu'on ne donne pas pour des raisons diverses, avec la certitude de retrouver la chose confiée¹² :

« [...] La notion latine de *fides* établit entre les partenaires une relation inverse de celle qui régit pour nous la notion de “confiance”. Dans l'expression, “j'ai confiance en quelqu'un”, la confiance est quelque chose de moi que je mets entre ses mains et dont il dispose ; dans l'expression latine “*mihi est fides apud aliquem*”, c'est l'autre qui met sa confiance en moi et c'est moi qui en dispose. Celui qui possède la *fides* détient donc un

⁹ « Cette idée de possession commune de la chose confiée permet d'éclairer la langue française, qui autorise deux constructions sémantiques : “j'ai confiance en quelqu'un” et “quelqu'un a confiance en moi”. Comment peut-on *donner* une chose et l'*avoir* en même temps ? Comment posséder quelque chose que l'autre possède également ? La raison est d'ordre sociologique et facilement justifiable ; les deux partenaires de la relation la possèdent en commun, du fait de leur relation, chacun se soumet à l'autre et lui fait crédit, se plaçant et *le* plaçant dans l'obligation de rendre, ou de tenir promesse ». (Thuderoz, 2003 : 30). Ces mêmes raisons peuvent être évoquées pour le cas de l'espagnol, qui connaît les mêmes constructions sémantiques (« *confío en alguien* » et « *alguien confía en mí* »).

¹⁰ Comme le signale Balsa (*op.cit.*, p. 19), *Kred* peut être traduit par « magique » ; par conséquent, *credo* [*kred-dhē*] signifie « poser en quelqu'un un *kred* » [i.e., poser en quelqu'un la force magique]. De ce fait, la confiance est un acte qui matérialise, en premier lieu, une relation entre l'homme et un dieu. Marzano (2010 : 62-63) signale qu'à la différence de la foi, « la confiance n'est jamais un pur “don” : elle est quelque chose que l'on construit, pour soi et pour l'autre ; quelque chose que l'on “fait” et que, parfois, l'on “défait” [...] la confiance entre les êtres humains surgit à partir du moment où l'on s'efforce d'habiter et de séjourner dans un lieu de transit, dans l'espace du va-et-vient de la rencontre [...] ».

¹¹ Comme le signale Fontaine *ibid.*, ce fait permet d'élucider pourquoi le mot latin *fides* est le substantif correspondant au verbe latin *credo*.

¹² Benveniste, *op.cit.*, p. 177.

titre qui est déposé “chez” quelqu’un : ce qui montre que *fides* est proprement le “*crédit*” dont on jouit auprès du partenaire. Tous les exemples anciens le confirment¹³ [...] ».

De ce fait, la *fidēs* désigne la confiance que celui qui parle inspire à son interlocuteur, et dont il jouit auprès de lui, une sorte de « garantie » à laquelle il peut recourir.

L’étymologie de ce mot met en évidence les liens étroits qui existent entre la confiance, la foi, la fidélité, la confiance, le crédit et la croyance (Marzano, 2010 : 1), comme témoigne Elyot dans son livre *The Book Named the Governor* (1531) :

« [...] ce qui en latin s’appelle *Fides* fait parti de la justice et s’interprète diversement et dans ses effets la notion est toutefois tendue vers un seul but. Parfois, on pourrait dire foi, d’autres fois credence, d’autres encore confiance. Quand il s’agit de croire les préceptes et les promesses de dieu, on dit foi. Dans les contracts entre un homme et un autre, on parle communément de credence. Entre des personnes d’état ou de condition égales, cela s’appelle la confiance. Du sujet ou du serviteur à son souverain ou maître, le terme correct est fidélité¹⁴ [...] ».

Néanmoins, comme l’indique Laurent (2012 : 17), l’étymologie du mot confiance induit en erreur dans la mesure où « la confiance au sens propre n’est en fait possible qu’entre deux êtres humains, éventuellement par la médiation d’une institution et donc d’une norme sociale, mais en tout cas pas entre un être humain et lui-même ou un être humain et une abstraction, fût-elle de nature spirituelle ».

Nous avons synthétisé sous forme de mots clé toutes les définitions que nous avons consultées. Nous avons constaté qu’il est possible d’établir deux grandes catégories : d’abord, une première catégorie de définitions que nous avons regroupées sous l’appellation « composante émotionnelle » et une deuxième catégorie de définitions que nous avons regroupées sous l’appellation « composante actionnelle » (voir figure n° 1, p. 14). En effet, au premier regard le concept de confiance nous montre qu’il s’agit d’un ressenti (croyance, attente ou sentiment) ou bien d’une construction objectivable.

¹³ Cité en Fontaine (2008 : 17).

¹⁴ Cité en Fontaine, *op. cit.*, p.18. Nous avons retranscrit fidèlement le texte tel qu’il apparaît recueilli.

Pour Luhmann (2006 : 28) la confiance est un mécanisme de réduction de la complexité sociale ; il explique que dans une relation interpersonnelle « l'on a confiance, de manière anticipatoire, dans le fait que l'autre maîtrisera avec succès des situations ambiguës, qu'il réduira donc la complexité, et l'autre, par cette confiance qui lui est accordée, a effectivement plus de chances de réussir ». Nous retiendrons de la définition donnée par Luhmann l'idée que la confiance est un anesthésiant de la complexité sociale.

Pour Gambetta (1988 : 217) « la confiance (ou symétriquement la méfiance) est un niveau de probabilité subjective avec laquelle un agent évalue la performance d'un autre agent ou groupes d'agents, avant qu'il puisse contrôler une telle action [...] et dans un contexte où cette action affecte sa propre action. Quand on dit qu'on fait confiance à quelqu'un, on signifie que la probabilité qu'il fera une action bénéfique ou au moins non nuisible nous paraît assez élevée pour nous engager dans une forme de coopération avec cette personne [...] ». Nous retiendrons de la définition donnée par Gambetta l'approche actionnelle de la confiance.

Enfin, Fukuyama (1995 : 26) analyse la confiance sur un plan culturel. Pour lui, la confiance est « une attente qui naît, dans une communauté, d'un comportement régulier, honnête et coopératif, fondé sur des normes communément partagées, de la part des autres membres de la communauté ». Nous retiendrons de la définition donnée par Fukuyama l'idée que la confiance est une forme de capital social dépendant d'une série de facteurs culturels.

Une analyse plus approfondie sur les caractéristiques du concept de confiance met en évidence que celle-ci est fondamentale pour l'homme parce qu'il a besoin de confiance pour faire face à l'avenir et à la construction des relations sociales. Comme le signale Marzano (2010 : 54) « sans confiance il serait impossible d'envisager des relations humaines ou de bâtir des projets qui se développent dans le temps ». Toutefois, les relations sociales comportent inexorablement un risque car celui qui fait confiance n'a pas de contrôle sur les actions de la personne en qui il accorde sa confiance. Ces actions sont soumises aux aléas de la vie (*risque passif* ou *probabilité aléatoire*) ainsi qu'à la volonté de la personne sur laquelle la confiance a été accordée (*risque actif* ou *intention dirigée*, i.e., la trahison). Elle rend vulnérable

celui qui l'accorde puisqu'il n'a aucune garantie qu'elle sera honorée et, de surcroît, elle entraîne une probabilité de dommage. Comme le signale Guimond (2008 : 3), « le risque est compris comme une part de vulnérabilité. Il incarne le rapport entre ce que nous pouvons perdre et espérer gagner [...] Il s'agit alors d'évaluer la gravité d'une conséquence et la fréquence à laquelle elle peut arriver pour mieux cerner le risque encouru ». Avoir confiance se traduit par l'acceptation d'une certaine vulnérabilité dans une situation risquée.

Il est tout-à-fait possible de vouer une confiance aveugle à quelqu'un si et seulement si celui qui fait confiance assume consciemment et pleinement tous les risques encourus (actifs et passifs)¹⁶. Par contre, s'il n'y a pas de véritable volonté d'assumer ces risques, les acteurs ont recours à la responsabilité¹⁷, qui apparaît comme moyen contractuel permettant d'anticiper les conséquences des actions appréhendables (ou susceptibles d'être menées). Le risque et la responsabilité sont deux paramètres subsidiaires l'un de l'autre qui vont permettre de doser le niveau de confiance en fonction des acteurs en jeu. Comme le signale Guimond (2008 : 4) cette division permet de différencier le sens des expressions « faire confiance » et « être digne de confiance ». En effet, la personne qui est digne de confiance a réussi à diminuer le risque associé à la relation grâce aux garanties qu'elle a donné à son interlocuteur / interactant (e.g., elle s'est montrée à la hauteur des attentes de celui-ci ; elle suit un code de conduite donné et connu ; elle a construit un historique qui respecte ce en quoi cette personne s'est engagé). Toutefois, les faits ne reposent pas toujours sur des facteurs quantifiables. C'est pour cette raison que « faire confiance » implique un saut : il est possible de calculer certaines données pour mieux contrôler les paramètres mais il y a un moment d'insaisissable qui peut être

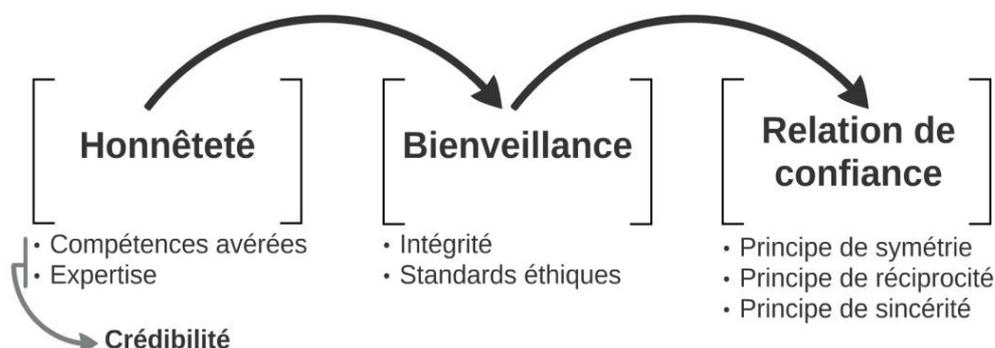
¹⁶ Comme l'explique Marzano (2010 : 61-62) « [...] avoir confiance, c'est admettre la possibilité du changement, de la trahison, du revirement [...] Même si le fait de faire confiance à une personne implique toujours une certaine forme de dépendance à l'égard des compétences et de la bonne volonté de cette personne, il existe une différence essentielle entre la confiance aveugle d'un enfant et la confiance que l'on apprend à avoir en l'autre lorsqu'on a la possibilité de devenir autonome. C'est une chose, en effet, de dépendre complètement de quelqu'un et de s'abandonner totalement à sa volonté et à sa bienveillance ; c'est en une autre d'accepter la vulnérabilité dans laquelle nous place le fait même d'avoir confiance en quelqu'un, tout en sachant que l'autre peut ne pas répondre à nos attentes, qu'il peut ne pas être là, qu'il peut aussi, parfois, abuser de notre confiance [...] ».

¹⁷ « Obligation de réparer le préjudice résultant soit de l'inexécution d'un contrat (responsabilité contractuelle) soit de la violation du devoir général de ne causer aucun dommage à autrui par son fait personnel, ou du fait des choses dont on a la garde [...] ou du fait des personnes dont on répond (responsabilité du fait d'autrui) ; lorsque la responsabilité n'est pas contractuelle, elle est dite délictuelle ou quasidélictuelle ». Termes juridiques, éd. Dalloz, page 483.

surmonté par la confiance, formée d'intuitions, d'opinions, de croyances, de convictions ou même d'éléments de foi, qui amènent à une certitude passagère fondée ou non sur des faits empiriques.

La confiance requiert honnêteté et bienveillance. En effet, aux yeux de celui qui fait confiance deux conditions sont nécessaires pour qu'elle puisse avoir lieu, lesquelles vont se manifester sous forme de croyance. D'abord, celui à qui est accordée la confiance va tenir ses promesses et ses obligations, et fera preuve de crédibilité par ses actes (compétence avérée). D'autre part, celui à qui est accordée la confiance a pour intérêt l'atteinte de bénéfices communs et, donc, ne prendra pas de décisions ni ne fera d'actions préjudiciables pour celui qui fait confiance puisqu'il est dans l'intérêt de l'un des acteurs de garantir le bien être de l'autre ; son intention est éloignée de tout comportement opportuniste (intégrité). Dans le premier cas, il est question d'honnêteté et, dans le deuxième, de bienveillance (Sanz et ali., 2009 : 40-41). C'est pour cette raison que la relation de confiance se construit sur la base de l'honnêteté et de la bienveillance (voir figure n° 2) qui, par ailleurs, requiert pour chacun des acteurs les principes de symétrie, de réciprocité et de sincérité. Comme l'explique Marzano (2010 : 54), les êtres humains souhaitent pouvoir compter sur les autres, prévoir leurs comportements et avoir des points de repère puisque nous aspirons tous à vivre dans un monde certain et stable. C'est pour cette raison que les hommes ont décidé de régulariser au fur et à mesure un certain nombre de conduites et d'attitudes. De plus, ils ont institutionnalisé les contrats : le fait de conclure une alliance ou de promettre quelque chose est un moyen de rendre prévisible et maîtrisable le futur, ce qui justifie l'importance de la confiance réciproque.

Figure n° 2. Prémises de la confiance. Notre élaboration.



La personne qui accorde sa confiance à un autre individu peut également prendre en compte les compétences de l'organisation pour laquelle travaille celui-ci, ce qui met en jeu un paramètre supplémentaire : les compétences individuelles de l'individu et les compétences organisationnelles (Akrouit et Akrouit, 2011 : 64).

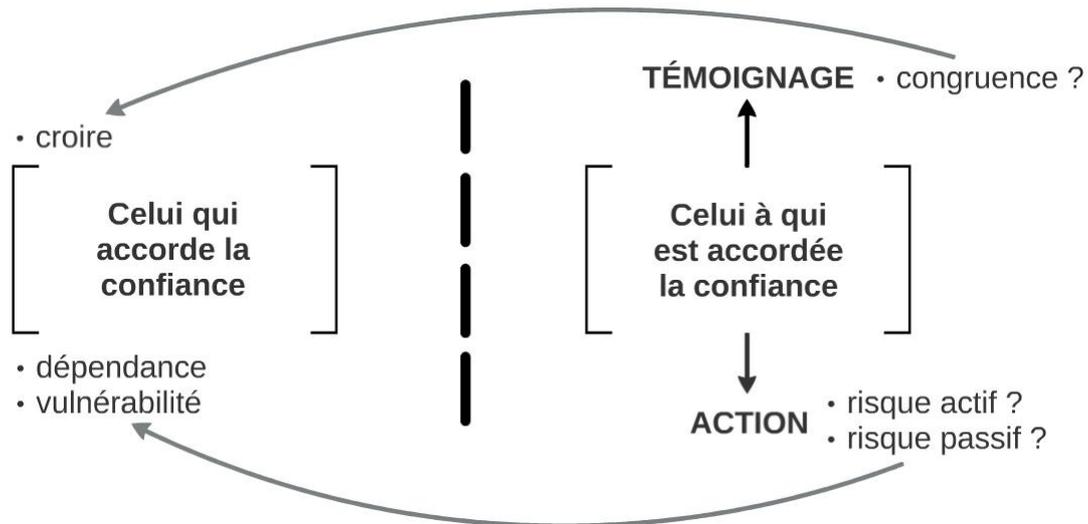
Si l'on considère la confiance du point de vue de la connaissance, elle se manifeste comme la conséquence d'un jugement porté par un individu sur la valeur de ce qu'il connaît, apprend ou pourrait savoir. Dans ce contexte, la crédibilité d'une information peut être mesurée par le degré de vérité que lui accorde celui qui détient ou l'acquiert et la confiance résulte de cette évaluation subjective effectuée par l'intéressé (Schmidt, 2000 : 79).

La confiance implique dépendance et témoignage. En effet, du point de vue opérationnel la confiance comporte deux éléments. Dans un premier temps la dépendance, puisque celui qui accorde la confiance devient délibérément dépendant de celui à qui est accordée sa confiance (personne physique ou morale) et que l'on ne peut contrôler en raison du risque inhérent. Il n'y a pas de garantie de réciprocité ; donner sa confiance, c'est accepter l'incertitude puisque le réel est toujours imprévisible (Gamba-Nasica, 2014 : 157) ce qui rend vulnérable la personne qui l'accorde (double contingence¹⁸ qui entraîne une logique asymétrique entre les acteurs : faire confiance c'est laisser à l'autre le choix d'une décision). Dans un deuxième temps le témoignage, puisque celui qui accorde la confiance croit que celui à qui est accordée sa confiance va tenir ce qu'il a dit et, de ce fait, sera digne de confiance. Comme le signale Brisebois (1997 : 7-8), le seul moyen de faire connaître nos véritables intentions c'est de les dire aux autres, autrement dit, de leur livrer notre témoignage (voir figure n° 3, p. 18). Personne ne peut nous obliger à croire ce que les autres disent ; l'action de croire est volitive, nous croyons parce que nous avons envie d'y croire. Pourtant, le fait de croire comporte inéluctablement une certaine identification à l'autre, et c'est l'expérience qui nous montrera si cette personne est digne de confiance. De là, l'acte de croire (congruence attendue) est

¹⁸ « [...] Est contingent ce qui n'est ni nécessaire ni impossible. Il y a donc contingence dès lors qu'il y a possibilité et liberté de choix, et qu'elles créent de l'indétermination. La contingence est double là où les sélections d'égo dépendent de celles d'autrui, qui elles-mêmes dépendent de celles d'égo : "Autrui peut agir d'une autre façon que celle que j'attends, précisément s'il sait ou parce qu'il sait ce que j'attends" [...] ». (Quéré, 2001 : 13-14).

indépendant du fait de reconnaître l'autre comme digne de confiance (congruence avérée). En outre, comme l'affirme Luhmann (2006 : 15), la confiance ne se conserve que si elle trouve une forme sous laquelle elle peut cohabiter avec le soupçon et s'immuniser contre lui.

Figure n° 3. La confiance du point de vue opérationnel. Notre élaboration.



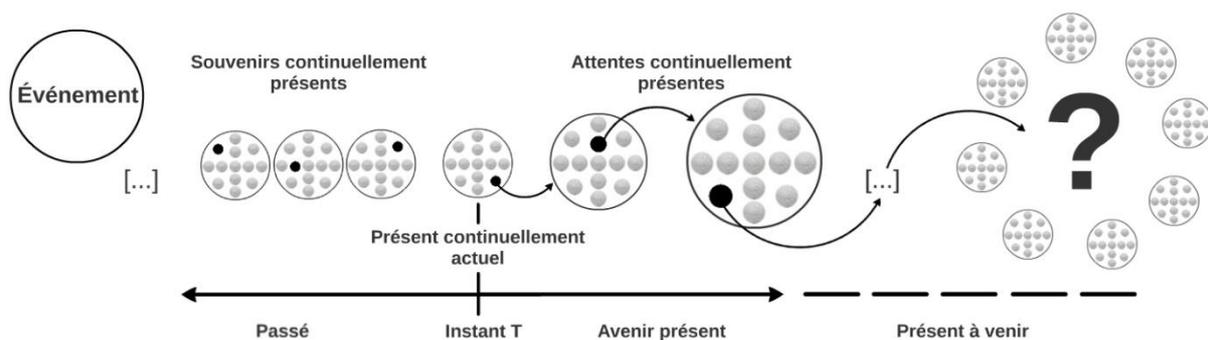
Par conséquent, comme le signale Brisebois (1997 : 8-10), la confiance requiert trois moments pour celui qui l'accorde : d'abord, interroger les prémisses de la confiance ; puis, l'assentiment du témoignage et, enfin, l'action de confier. C'est ainsi que la congruence s'avère être un paramètre inéluctable pour toute relation de confiance. En effet, comme l'affirme Marzano (2010 : 55), l'individu qui donne sa parole à quelqu'un d'autre s'engage à répondre de ses actions dans le futur et contracte, par là, une certaine obligation en autorisant autrui, par la suite, à exiger de lui des actions, des conduites, des prestations. C'est pour cette raison qu'être loyal et honorer ses promesses représente une véritable obligation, ce qui met en évidence la valeur morale de la confiance.

La confiance soulève une question temporelle complexe. Le rapport de la confiance au temps n'est pas simple dès lors qu'il s'agit de faire face au risque dans un contexte relationnel changeant. Comme nous l'avons signalé *supra*, Simmel souligne que la confiance est une hypothèse sur une conduite future assez sûre pour qu'on fonde sur elle l'action pratique (2010 : 42). Cette hypothèse vis-à-vis du futur

ne peut être formulée que dans le présent de celui qui accorde la confiance lors d'une relation qui s'élabore dans l'interaction. Les actions de confiance sont ces moments où dans une série d'interactions, on « laisse la main » à l'autre afin qu'il décide du mouvement commun, on lui délègue son jugement (Eymard-Duvernay, 2000 : 252). Il s'agit d'un pari fait au présent vis-à-vis du futur qui peut prendre appui sur le passé (Gamba-Nasica, *ibid.*) par le biais de connaissances partielles, sélectives, réinterprétées, voire idéalisées, relativement à un ou plusieurs aspects de la conduite dans des circonstances données. Par conséquent, la confiance est un acte volontaire *in situ* fait par celui qui l'accorde (Gamba-Nasica, 2014 : 157).

Les travaux de Luhmann (2006 : 9-18) sont particulièrement riches au sujet de la relation au temps de la confiance. En effet, la confiance peut être définie comme un état qui dure indépendamment du fait que les moments changent. Les états ne peuvent être identifiés qu'en tant que présents ; ces « états présents » placés dans le passé deviennent des « souvenirs continuellement présents », et les « états présents » placés à l'avenir deviennent des « attentes continuellement présentes » (voir figure n° 4).

Figure n° 4. La confiance et son rapport au présent. Notre élaboration.



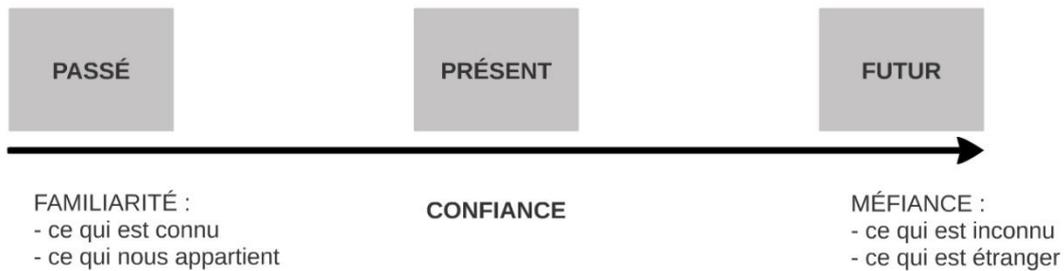
De ce fait, la confiance ne peut se gagner et se conserver que dans le présent (considéré comme événement lié à un instant T) ; l'incertitude du futur ne peut pas la garantir, et ce qui est passé ne peut être garanti contre la possibilité de la découverte future d'un autre passé. Mais ce rapport avec le présent demeure problématique. En effet, comme le signale Luhmann (2006 : 13-17) l'avenir surcharge le potentiel de présentification de l'être humain puisque l'avenir contient un nombre beaucoup plus

élevé de possibilités que celles qui peuvent être actualisées dans le présent et qui, de ce fait, peuvent être transférées dans le passé : ce n'est pas tout l'avenir qui peut devenir présent ni, par conséquent, passé. C'est pour cette raison que l'être humain doit constamment découper son futur à l'aune de son présent (i.e., réduire la complexité). Tout présent possède son propre avenir comme horizon ouvert de possibilités futures (i.e., avenir présent) dont seule la partie qui a été sélectionnée pourra devenir le présent. C'est ainsi que le présent produit de nouveaux présents en progressant dans l'avenir grâce à la sélection faite parmi cet éventail de possibilités, ce qui par ailleurs amène simultanément à de nouveaux horizons d'avenir pour ces présents. Comme le signale l'auteur, le présent produit des états dans la mesure où ses « *présents présents* » et ses « *présents à venir* » demeurent identiques, et il produit des événements dans la mesure où il génère des discontinuités. L'horizon d'avenir du présent chaque fois présent devient le centre de préoccupation de la création de la confiance et sa garantie, qui tentent de se re-présenter l'avenir. C'est pour cette raison que nous avons besoin de la confiance afin de réduire un avenir dont la complexité demeure plus ou moins indéterminée.

Face à la complexité du monde, nous sommes confrontés au quotidien à un clivage cognitif entre ce qui est familier et ce qui nous est étranger. Comme l'affirme Luhmann (2006 : 21-22), l'orientation sur le passé peut donc simplifier le monde et le rendre inoffensif car ce qui est familier demeurera tel, que ce qui s'est avéré se conservera comme tel et que le monde connu se perpétuera dans l'avenir. La confiance est seulement possible au sein d'un monde familier, mais elle a besoin de l'histoire en tant que fondement d'assurance. Quant à la méfiance, elle s'opère sur la base du futur et comporte les mêmes mécanismes fonctionnels que la confiance (voir figure n° 5, p. 22).

La confiance ne peut exister sans l'incertitude. Comme le signalent Coriat et Gueniff (2000 : 2016) d'un point de vue théorique, la confiance, avant tout est fille de l'incertitude (Coriat et Gueniff, 2000 : 216). La confiance est de manière liminaire ce qui permet de suspendre le doute et de s'engager dans l'action, et c'est la confiance qui permet le saut dans l'engagement en situation d'incertitude (Lobet-Maris, 2009 : 11).

Figure 5. La confiance et son rapport avec le temps. Notre élaboration.



Certains auteurs, comme Santander et ali. (2015 : 13), se demandent comment est-ce possible qu'une société fonctionne et que les personnes collaborent entre elles quand il n'y a pas de confiance. Pour ces auteurs, il existe des mécanismes alternatifs à la confiance : ceux qui font référence à l'établissement de relations de familiarité, qui font que la confiance ne soit pas nécessaire, et ceux qui rendent compte d'un certain type de contrôle externe ou de régulation formelle permettant la réussite de la coopération (voir tableau n° 2) :

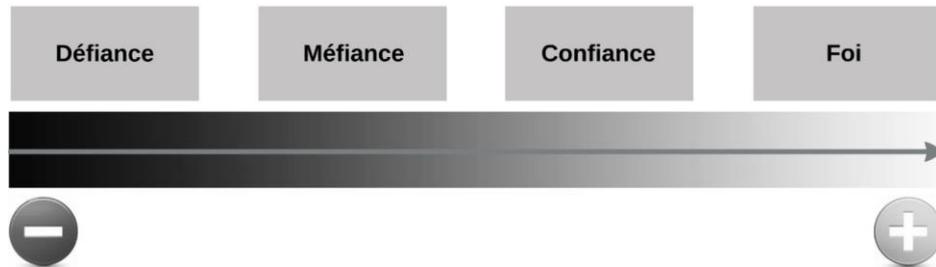
Tableau n° 2. Les remplaçants de la confiance¹⁹.

Remplaçant de la confiance	Moyen de réduire l'incertitude	Moyen de réduire la vulnérabilité
Familiarité	Familiarité avec la personnalité	Obligation et sanction morale
Contrôle	Codification de la conduite	Obligation et sanction institutionnelle

Comme l'explique Usunier (2000 : 25), le fait que la confiance consiste précisément à accepter la vulnérabilité, cela n'implique aucunement la disparition complète de sentiments de défiance car la confiance n'est jamais absolue. Comme le signale Lupton (2002 : 69), la confiance n'est pas un état fixe car il existe des degrés de confiance (voir figure n° 6, p. 23). La confiance et la défiance forment un continuum et, de ce fait, sont inséparables.

¹⁹ Source : Santander (2015 : 13)

Figure n° 6. Degrés de confiance²⁰.



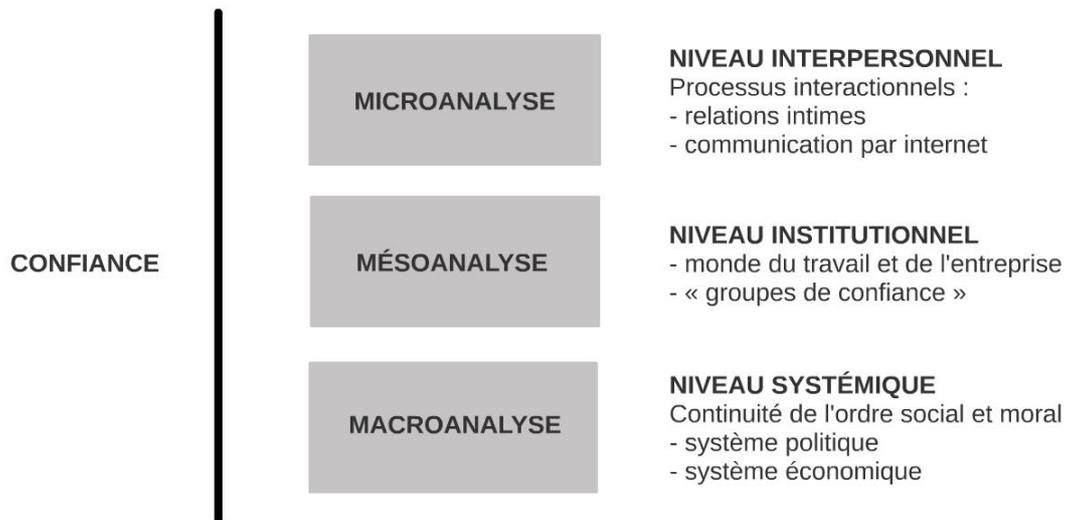
La méfiance n'est pas le symétrique opposé de la confiance car, hormis les cas pathologiques, il faut avoir des raisons de se méfier, comme il faut avoir des raisons de douter. Tout comme la certitude vient avec le doute, la confiance vient avant la méfiance (Quéré, 2013 : 13).

Luhmann (2006 : 84) affirme que la méfiance est caractérisée par un naturel tendu, souvent crispé sur le plan des émotions, qui la distingue de la confiance. Comme signalent Santander et ali. (2015 : 17), quand la méfiance n'est pas paralysante, et dans sa juste mesure, elle permet de déployer de meilleures possibilités pour le développement de la coopération. Certains auteurs considèrent que la méfiance rationnelle permet une responsabilité effective dans les démocraties participatives ; pour d'autres, la méfiance génère les freins et les contrepoids nécessaires pour limiter l'abus de pouvoir, et c'est la méfiance qui permet de nous protéger de ces abus et d'exiger certaines réponses, notamment de la part de ceux qui détiennent le pouvoir. Enfin, d'autres spécialistes envisagent la nécessité d'avoir de citoyens critiques qui obligent l'autre à fournir des informations et de la transparence.

La confiance peut avoir lieu à trois niveaux différents de rapports sociaux (voir figure n° 7, p. 24). Tout d'abord, au niveau personnel, qui devient explicite dans les processus interactionnels (e.g., relations intimes ou dans la communication par internet). Ensuite, au niveau institutionnel, ce qui relève des organisations (e.g., monde du travail et de l'entreprise ou dans des « groupes de confiance » comme la mafia). Enfin, au niveau systémique, ce qui relève des systèmes, que ce soit politique ou économique.

²⁰ Servet (1994), cité par Lupton (2002 : 69).

Figure n° 7. La confiance et les niveaux de rapports sociaux. Notre élaboration.



Nous retiendrons ici les travaux de Vittar (2011), qui ont mis en exergue une dimension interculturelle de la confiance, qui fera l'objet du chapitre 1.3.

C'est ainsi que la France et l'Espagne, deux pays frontaliers qui entretiennent de longs rapports constructifs mais à la fois conflictuels, sauront déblayer le chemin de l'entente mutuelle fructueuse dans la mesure où la confiance deviendra un socle commun stable caractérisant leurs relations mutuelles au niveau systémique aussi bien qu'aux niveaux institutionnel et interpersonnel.

❖ **Problématique**

La connaissance de l'autre marque le métronome des rapports commerciaux bilatéraux entre la France et l'Espagne. Il ne s'agit pas seulement d'une connaissance ponctuelle mais d'une connaissance élargie collective permettant de saisir les subtilités des implicites culturels. En effet, comme Bernardo Sánchez Incera²¹ nous l'a confié, l'un des traits socioculturels qui définit les Espagnols est, par exemple, leur capacité de contact particulièrement développée (e.g., un Espagnol accueille très facilement chez lui ; le tutoiement est très rapidement d'usage ; il est habituel d'aller prendre un verre dans un bar avec un partenaire commercial espagnol), ce qui amène à la confusion et aux quiproquos vis-

²¹ Ancien Directeur Général du groupe Zara France SARL et de Zara Belgique SA

à-vis des partenaires commerciaux français, qui traduisent ces comportements par un niveau relationnel où la confiance existe réellement, ce qui n'est pas toujours le cas. Par ailleurs, un Espagnol sera toujours surpris par la distance sociale dont font preuve ses partenaires commerciaux Français. Par conséquent, la manifestation apparente de confiance interpersonnelle qui existe en France est très équidistante vis-à-vis de celle qui existe en Espagne, ce qui peut amener à la construction des préjugés, comme le montre le témoignage qui se trouve en début d'introduction.

La France et l'Espagne sont deux pays voisins qui se connaissent mal, mais ils commencent paradoxalement à se découvrir l'un l'autre ; les nouvelles technologies y jouent un rôle majeur rendant possible la découverte passionnante de l'altérité et deviennent de véritables accélérateurs de l'échange interculturel (Al Sahyouni Bou Fadel, 2014 : 40), donc de la confiance.

En outre, le succès en Espagne de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* a été également constaté au niveau professionnel. En effet, le nombre d'utilisateurs qui s'en servent dans ce cadre augmente progressivement, y compris pour les communications professionnelles avec des interlocuteurs étrangers.

Nous allons nous interroger sur le rôle que joue l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* dans le cadre des négociations commerciales entre la France et l'Espagne dans la viticulture, plus concrètement dans le domaine du vin naturel. En effet, le cycle de travail du vigneron est directement lié à celui de la vigne et, de ce fait, il passe la plupart de sa journée dans les champs. Les négociations commerciales dans ce domaine professionnel entre interlocuteurs / interactants français et espagnols se font progressivement par l'intermédiaire de l'application *WhatsApp*, ce qui laisse présager la création de rapports de confiance interpersonnelle et interculturelle ; l'application *WhatsApp* devient ainsi un moyen de communication ubiquitaire efficace et indispensable. C'est ainsi que les responsables de trois TPE/PME espagnoles dans le domaine du vin naturel privilégient l'application *WhatsApp* comme outil de communication professionnel avec ses partenaires français, la négociation adoptant ainsi un caractère multimodal, comme témoigne le cas que nous allons étudier.

L'application *WhatsApp* présente l'intérêt de favoriser un type de médiation entre interlocuteurs / interactants très utile du point de vue de l'information, connue sous le nom d'infomédiation (e.g., réseautage, passer des commandes, démarches administratives, conseils professionnels et/ou personnels), qui rend compte du niveau de confiance entre eux. Par ailleurs, l'application *WhatsApp* est caractérisée par sa capacité à communiquer avec d'autres systèmes (i.e., interopérabilité), ce qui présente l'intérêt, pour les parties communicantes, d'avoir une compréhension commune de la signification des données qu'elles échangent, modulant ainsi le niveau de confiance entre eux. Enfin, l'application *WhatsApp* favorise également la communication multimodale dans la mesure où elle permet aux interlocuteurs / interactants de communiquer par messagerie instantanée, par appel téléphonique ou par appel vidéo, ce qui rend compte du niveau de confiance entre eux.

Compte tenu de la confiance comme l'un des critères qui détermineront le succès d'une négociation commerciale entre Français et Espagnols, nous nous proposons d'apporter, par l'intermédiaire de cette étude de cas, une réponse à la question de la création de la confiance interpersonnelle interculturelle par le biais de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* dans le domaine professionnel du vin naturel. Plus concrètement, nous nous demanderons en quoi cette application est un catalyseur de la confiance interculturelle dans une négociation franco-espagnole.

❖ Questions et hypothèses

Comme nous l'avons signalé *supra*, nous pouvons constater l'utilisation généralisée de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* en Espagne. L'usage que les utilisateurs font de cette application pour téléphone intelligent est majoritairement personnel, mais elle est de plus en plus utilisée dans un cadre professionnel. L'utilisation de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* dans le cadre professionnel en Espagne nous conduit à un certain nombre de questions : pour quelles raisons l'application *WhatsApp* connaît un tel succès de l'autre côté des Pyrénées ? Quels sont les avantages que cette application présente dans une négociation commerciale internationale entre partenaires espagnols et français ? Les utilisateurs français sont-ils conscients des avantages que l'application *WhatsApp* présente dans un contexte professionnel ? Quel est le rôle que cette

application joue dans la création des rapports de confiance entre interlocuteurs d'univers culturel différent ? C'est ainsi que ces questionnements nous amènent aux deux hypothèses ci-après indiquées :

1 L'infomédiation et l'interopérabilité de l'application *WhatsApp* favorisent la création de rapports de confiance.

2 Les conversations qui ont lieu avec l'application *WhatsApp* dans le cadre d'une négociation internationale avec des partenaires espagnols et français favorisent la construction de la confiance interculturelle.

❖ Démarche méthodologique

Notre recherche portera exclusivement sur l'utilisation professionnelle que la responsable d'une TPE²² française qui travaille dans la vente de vin naturel fait de l'application *WhatsApp*. Nous étudierons l'utilisation professionnelle de l'application *WhatsApp* dans le cadre des négociations professionnelles que cette responsable a menées auprès de trois viticulteurs espagnols. Notre corpus est intégré par les différentes conversations menées sur l'application *WhatsApp* entre la responsable de la TPE française et chacun des trois viticulteurs espagnols. Afin de répondre à nos questions et pouvoir vérifier nos hypothèses, nous allons procéder à l'analyse de ce corpus de conversations réelles.

Notre recherche doctorale comporte trois parties, chacune divisée par chapitres. En effet, la première partie est dédiée aux cadres théorique et conceptuel. Le premier chapitre a pour objet l'analyse du concept d'altérité, et nous aborderons le concept de culture et la compétence culturelle. Nous allons également aborder le concept d'interculturel et la compétence interculturelle et, enfin, le concept de confiance interculturelle.

Le deuxième chapitre aborde le concept de négociation. Notre recherche doctorale n'a pas pour objectif l'étude approfondie de cette notion mais l'élucidation

²² Très Petite Entreprise ou microentreprise.

des principaux paramètres qui vont permettre de comprendre le contexte de notre travail. C'est ainsi que nous allons aborder très succinctement le concept de négociation, ce qui nous amènera également à la notion de négociation internationale. Ensuite, nous allons analyser les principaux aspects interculturels qui interviennent dans une négociation franco-espagnole. Enfin, nous allons donner quelques repères concernant le secteur du vin naturel en France et en Espagne dans la mesure où les conversations qui font partie de notre corpus sont directement liées à ce domaine.

Le troisième chapitre porte sur le paradigme numérique et les nouvelles technologies, et nous allons présenter une étude diachronique des Technologies de l'Information et de la Communication afin de comprendre comment l'on est arrivé à l'application de messagerie instantanée pour téléphone intelligent *WhatsApp*. Nous allons analyser les réseaux sociaux virtuels afin de comprendre l'intérêt que l'application *WhatsApp* présente à cet égard. Enfin, allons présenter une analyse exhaustive de l'application *WhatsApp*.

La deuxième partie, consacrée à la méthodologie, explique les moyens que nous avons mis en œuvre pour obtenir et construire notre corpus de travail. Nous indiquerons également les éléments que nous allons utiliser pour soutenir l'analyse de notre corpus, la démarche que nous avons menée, les données que nous avons obtenues et, enfin, le traitement que nous avons fait de ces dernières.

Enfin, la troisième partie de la thèse est dédiée à l'analyse des données obtenues. Elle présente une étude globale des données en ce qui concerne l'infomédiation, l'interopérabilité et la communication multimodale ainsi qu'une étude analytique des données en ce qui concerne la manifestation de la complicité, de la familiarité et de l'intimité partagée. De plus, l'étude analytique prendra en compte la construction de la relation de confiance. Les résultats partiels des deux chapitres nous permettront de vérifier respectivement nos deux hypothèses.

Après avoir abordé les résultats de notre recherche, la conclusion de notre travail mettra en exergue les apports de notre thèse et évoquera les perspectives de recherche qu'elle ouvre.

PREMIÈRE PARTIE. CADRES THÉORIQUE ET CONCEPTUEL

Notre première partie sera consacrée aux cadres théorique et conceptuel qui vont cimenter les bases de l'analyse de notre étude de cas, portant sur les échanges conversationnels professionnels menés au travers de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* par la responsable d'une très petite entreprise française (TPE) spécialisée dans la vente de vin naturel et trois de ses partenaires commerciaux espagnols.

Dans le cadre des relations commerciales internationales, les modes de vie, les façons de travailler, les rapports à l'espace et au temps, entre autres, sont déterminés socialement, ce qui va marquer les comportements, les conduites et les valeurs de tout en chacun. L'atténuation des frontières politiques ont pour conséquence une société de plus en plus hétérogène et cosmopolite où les rapports à l'autre sont un fait quotidien. C'est ainsi que des mécanismes de réduction de la complexité sociale sont primordiaux, dont la confiance interpersonnelle et interculturelle. L'altérité prend ainsi une dimension sociale et culturelle. Nous aborderons toutes ces questions dans notre premier chapitre.

Les façons de faire mutuelles, les institutions, les cadres légaux et administratifs des interactants, les valeurs partagées ainsi que la concurrence des marchés vont générer un espace de confrontation. Des mécanismes permettant d'atténuer les conflits deviennent nécessaires, d'où la confiance. L'altérité prend ainsi une dimension sociale et économique. C'est ainsi que nous aborderons ces questions dans notre deuxième chapitre.

Les technologies de l'information et de la communication ont bouleversé nos vies quotidiennes. Désormais nous pouvons communiquer en temps réel avec des interlocuteurs qui se trouvent à l'autre bout de la planète. L'émergence de l'internet ainsi que le développement de la téléphonie mobile ont pour conséquence la démocratisation de l'accès aux informations ; les individus ont désormais la possibilité de socialiser, d'interagir et de travailler par l'intermédiaire de leurs téléphones intelligents grâce, entre autres, à l'application de messagerie instantanée *WhatsApp*. Les distances spatio-temporelles s'estompent, et l'altérité est de plus en

plus près de nos vies quotidiennes. Des mécanismes de réduction de la complexité sociale générée par les technologies de l'information et de la communication sont essentielles, raison pour laquelle la confiance interpersonnelle et interculturelle jouent un rôle majeur. C'est ce que nous allons aborder dans notre troisième chapitre.

INTRODUCTION AU CHAPITRE I

La mondialisation de nos sociétés met en évidence un même constat à échelle planétaire : nous sommes de plus en plus concernés par ce qui se passe partout²³ (Huyghe : 2011). L'atténuation des frontières spatio-temporelles est un fait indéniable et, par conséquent, la rencontre avec l'autre (i.e., celui qui est différent de moi, mon *alter ego*) devient un fait quotidien inéluctable.

Dans un monde où les pratiques culturelles sont multiples et hétéroclites, et les échanges entre les groupes et les individus sont exponentiels, la complexification sociale est incrémentale et sollicite des moyens de réduction constants et efficaces. C'est ainsi que la confiance émerge comme mécanisme de réduction de la complexité sociale.

L'altérité met en exergue les différences entre individus mais également les ressemblances. C'est ainsi que la culture se désigne comme vecteur d'appropriation de la réalité. Pourtant, comme le signale Porcher (1986 : 122), chacun croit voir le monde tel qu'il est parce que chacun croit que le monde est tel qu'il le voit.

Afin de mieux saisir ces éléments, nous allons aborder la question de l'altérité prenant appui sur les concepts de culture et d'interculturel et sur les concepts de compétence culturelle, compétence interculturelle et, enfin, de confiance interculturelle.

²³ Disponible à l'adresse https://www.huyghe.fr/actu_429.htm (Date de consultation : 30/09/2017)

1.1 Le concept de culture et la compétence culturelle

« Un vieil homme Cherokee racontait à ses petits-enfants comment à l'intérieur de chacun de nous il y a deux loups : celui du ressentiment, du mensonge et de la méchanceté, et celui de la bonté, de la joie, la miséricorde et l'espérance. Une fois terminée la narration du grand-père, l'un des enfants lui demanda : à ton avis, quel sera le loup qui vaincra ? Et le grand-père lui répondit : celui que vous nourrirez²⁴ ».

L'actuelle crise *intermestique* de nos sociétés accentue l'importance capitale de la culture en tant que paradigme transversal, comme nous venons de le signaler dans l'introduction. Certaines expressions courantes dans nos sociétés occidentales (e.g., corruption, népotisme, fraude, prévarication, scandale financier, précarité, etc.) répondent, en dernière instance, à l'ethos (*ἦθος*) consumériste²⁵ d'un individu qui a progressivement perverti ses valeurs : « *tanto vales cuanto tienes y tanto tienes cuanto vales*²⁶ ».

Nos sociétés sont de plus en plus interdépendantes et, de ce fait, comme s'il s'agissait d'un effet domino, les changements qui ont lieu à l'autre bout du monde ont des répercussions à l'échelle planétaire. En effet, comme le signale Tardif (2008 : 202-203), la mondialisation²⁷ est un processus caractérisé par la multiplication, l'accélération et l'intensification des interactions économiques, sociales, culturelles et politiques, entre les acteurs des différentes parties du monde qui y participent de façon variable. Elle est également caractérisée par des flux croisés et inégaux, par la recomposition de configurations transfrontalières complexes, l'apparition de nouvelles communautés électives et de réseaux à géométrie variable.

²⁴ Cortina (2012).

²⁵ Galbraith (1958) évoque les mérites de l'*American Way of Life* dans son œuvre *The Affluent Society* et parle de cet ethos consumériste forgé dans chaque individu.

²⁶ « Autant tu as, autant tu vaux, et autant tu vaux, autant tu as ». CERVANTES SAAVEDRA, Miguel de (1615) : *El Ingenioso Hidalgo Don Quixote de la Mancha*, Espagne, Biblioteca IV Centenario, 2005, vol. II, chapitre 20, p. 465.

²⁷ Nous avons déjà fait référence *supra* à la différence existante entre les concepts de globalisation et de mondialisation. Pour le FMI, la globalisation est un processus historique, le résultat de l'innovation humaine et du progrès technique. Elle désigne l'intégration croissante des économies du monde, notamment grâce au commerce et aux flux financiers (Tardif, *ibid.*). La globalisation est associée à l'*étasunisation* du monde : « [...] Les États-Unis consacrent des moyens considérables, publics et privés, au service d'une vision globale et d'une stratégie de projection planétaire. La mondialisation culturelle entraînerait-elle l'américanisation du monde sans la mondialisation de l'Amérique ? [...] » (Tardif, *ibid.*, p. 205).

L'innovation humaine et le progrès technique ont permis d'estomper les frontières spatio-temporelles et, par ailleurs, ont véhiculé une nouvelle matrice de socialisation que Tardif dénomme « hyperculture globalisante » :

« [...] Il ne s'agit donc pas d'une culture globale. C'est un répertoire de symboles et de signes qui offrent un système d'identification différent et mobile, qui ne créent pas un groupe social stable, mais des réseaux en constante recomposition, et qui entrent en compétition avec les éléments traditionnels d'identification et d'intégration [...] (*l'hyperculture globalisante*) est en quelque sorte a-historique, a-territoriale, a-morale, a-politique, faiblement re-socialisante, tout entière dans l'immédiat constamment recomposé [...] Peut-on imaginer les conséquences de la généralisation du téléphone mobile et de l'internet avec les avancées de la technologie numérique et de cette mutation culturelle que constitue l'omniprésence de l'écran ? [...] À travers l'écran rendu omniprésent par sa mobilité et qui élargit constamment l'accès aux images, aux textes et aux musiques du monde, se déploie "l'hyperculture globalisante" qui n'appartient à aucune société particulière, mais qui agit, pour toutes les cultures existantes, comme une membrane à travers laquelle elles interagissent et se redéfinissent dans un nouvel écosystème symbolique [...] ». (Tardif, 2008 : 203-219).

L'ouverture sur le monde oblige les cultures dites nationales à se mettre en mouvement pour assurer leur existence ; celles qui ne le font pas sont condamnées à la disparition. Le prestige d'un peuple étant étroitement lié à la valeur de sa culture, la pauvreté devient facteur destructeur de celle-ci, et ce malgré le fait que toutes les cultures méritent le même respect quant à leur égalité, dignité, diversité et vigueur. C'est dans ce sens qu'il faudrait définir « *une grammaire transformationnelle des données culturelles successivement dominantes*, une grammaire ouverte sur des transformations dont les principes, les bases mêmes pourraient éventuellement eux-mêmes se transformer » (Demorgon 2000 : 72) puisque cette grammaire nous permettrait de mieux comprendre le monde dans sa projection sur l'avenir.

1.1.1 Définition du concept de culture

La culture est un concept complexe, polymorphe et insaisissable²⁸. En effet, plusieurs disciplines scientifiques ont porté leur attention sur ce concept (e.g., la

²⁸ « Le contenu du concept de culture est en effet inséparable des formes et des orientations fondamentales de l'activité productrice de l'esprit ». Cassirer (1977 : 15), cité par Bratosin (2002 : 4).

psychologie, la sociologie ou la philosophie) mais c'est l'anthropologie la première à avoir porté un intérêt explicite et systématique sur le concept de culture.

Tylor (1871) est le précurseur de la définition du concept de culture, une définition descriptive qui a marqué les esprits de tous ceux qui s'y sont intéressés par la suite et qui en ont proposé d'autres définitions. Tylor définit la culture comme un ensemble complexe incluant les savoirs, les croyances religieuses, l'art, la morale, les coutumes ainsi que toute disposition ou usage acquis par l'homme vivant en société²⁹. Cette définition est une tentative de conjuguer la vision illustrée d'une humanité unique et unie qui progresse dans le temps avec les théories darwinistes émergentes à cette période concrète : si l'évolution distingue les êtres humains, la culture les rassemble³⁰. Depuis, une myriade de définitions ont été formulées³¹ dans le domaine de l'anthropologie comportant les unes les autres des convergences et des divergences approximatives entre elles (e.g., Boas, 1930 ; Malinowski, 1931 ; Kroeber, 1948 ; White, 1949 ; Lévi-Strauss, 1950 ; Harris, 1979 ; Geertz, 1996 ; etc.).

Ce n'est qu'en 1982 qu'une définition communément acceptée a été adoptée pour la première fois par l'UNESCO lors de la Conférence mondiale sur les politiques culturelles³². Cette même définition a été reprise dans la Conférence intergouvernementale sur les politiques culturelles pour le développement de Stockholm³³ (1998) ainsi que dans la Déclaration universelle sur la diversité culturelle³⁴ (2001) :

« [...] C'est pourquoi, en exprimant l'espoir d'une convergence ultime des objectifs culturels et spirituels de l'humanité, la Conférence convient :

²⁹ « [...] *Culture or Civilization, taken in its wide ethnographic sense, is that complex whole which includes knowledge, belief, art, morals, law, custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society* [...] ». Tylor (1871 : 5).

³⁰ Montfort (2011 : 26).

³¹ Kluckhohn et Kroeber (1952 : 43-79) ont noté un total de 160 définitions pour la période comprise entre 1871 et 1950.

³² Document disponible à l'adresse unesdoc.unesco.org/images/0005/000546/054668mb.pdf (Date de consultation : 30/09/2017).

³³ Document disponible à l'adresse <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001139/113935fo.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017).

³⁴ Document disponible à l'adresse http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (Date de consultation : 30/09/2017).

— que, dans son sens le plus large, la culture peut aujourd'hui être considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances ;

— et que la culture donne à l'homme la capacité de réflexion sur lui-même. C'est elle qui fait de nous des êtres spécifiquement humains, rationnels, critiques et éthiquement engagés. C'est par elle que nous discernons des valeurs et effectuons des choix. C'est par elle que l'homme s'exprime, prend conscience de lui-même, se reconnaît comme un projet inachevé, remet en question ses propres réalisations, recherche inlassablement de nouvelles significations et crée des œuvres qui le transcendent³⁵ [...] ».

Sahlins (1994) met en relief la nécessité de distinguer la culture du point de vue humaniste de la culture du point de vue anthropologique en raison de la confusion provoquée par leur association dans les discours académique et politique :

« [...] Du point de vue anthropologique, l'expression "rapport entre culture et économie" manque de sens puisque l'économie fait partie de la culture d'un peuple... En effet, l'ambiguïté d'une telle expression constitue pour la Commission le principal obstacle idéologique : la Culture, est-elle un aspect ou un outil de développement, au sens du progrès matériel, ou bien est-elle l'objectif et la finalité du développement, au sens de la réalisation de la vie humaine sous ses multiples formes et dans sa plénitude ?³⁶ [...] ».

L'individu est au cœur de la culture parce que ce sont les individus qui mettent en évidence la culture en tant qu'exposant de celle-ci. Toutefois, comme le signale Tardif (2008 : 201), la société est un fait de culture et non un simple assemblage d'individus :

« [...] La culture, c'est le système symbolique qui permet à un groupe humain de se définir, de se reconnaître et d'agir, grâce à un ensemble de valeurs, de pratiques, de codes, de représentations et d'institutions qui le caractérisent, le différencient des autres et lui permettent en même temps de définir les conditions de ses rapports avec son environnement et avec les autres groupes humains. Comme dans tout système vivant, un

³⁵ Cf. note n° 34, p. 34.

³⁶ Notre traduction. « [...] Desde el punto de vista antropológico, la expresión "relación entre cultura y economía" carece de sentido, puesto que la economía forma parte de la cultura de un pueblo... En efecto, la ambigüedad de una expresión semejante constituye el principal escollo ideológico para la Comisión: ¿es la Cultura un aspecto o un instrumento de desarrollo, entendido en el sentido de progreso material, o es el objetivo y la finalidad del desarrollo, entendido en el sentido de realización de la vida humana bajo sus múltiples formas y en su totalidad? [...] ».

élément modifié entraîne des effets sur les autres. La culture n'est jamais donnée ou figée, elle se construit dans un processus interactif entre deux pôles actifs : un système symbolique et l'individu [...] ».

Les concepts de culture et de civilisation apparaissent souvent associés et ils ont longtemps été considérés des synonymes par le passé. Le concept de culture (du latin *cultūra* < *cultus* < *colĕre*) fait référence à l'individu de façon élémentaire ; il renvoie à la culture de l'humanité de l'être humain grâce à la formation de toutes ses potentialités³⁷. Quant au concept de civilisation (du latin *civilitās* < *civilis*), il fait allusion à la vie en société en bon citoyen. Par conséquent, la culture est un concept *ad intra* tandis que la civilisation est un concept *ad extra*, raison pour laquelle le concept culture sera employé pour faire référence aux aspects intellectuels et artistiques tandis que le concept civilisation sera utilisé pour faire référence aux aspects sociaux et techniques-utilitaires³⁸.

La philosophie s'est également intéressée au concept de culture³⁹. Dans le monde hispanique, les philosophes espagnols D'Ors (1943), Ortega y Gasset (1957) et Bueno (1992) ont porté un regard critique au sujet de ce concept.

En effet, pour D'Ors la culture est l'addition de significations, d'événements et de figures qui, sur le plan historique, sont mis en évidence avec une double valeur d'universalité et de pérennité⁴⁰. Pour Ortega y Gasset, la culture est le système vital des idées à chaque période⁴¹ : l'ensemble de réactions intellectuelles et pratiques

³⁷ L'être humain a une humanité en lui qu'il faut cultiver afin d'obtenir les meilleurs fruits que la nature humaine peut nous offrir, ce que les Grecs appelaient *παιδεία* (*paideia*) et les Romains *humanitas* et *cultura animi*. C'est grâce à Caton l'Ancien (234-149 av. J.-C.) que nous parvient l'acception la plus ancienne du mot culture (e.g., le labourage de la terre) mais c'est Cicéron qui a appliqué ce concept à la culture de l'esprit, ce qui nous est parvenu jusqu'à nos jours.

³⁸ Informations recueillies de l'adresse <http://www.filosofia.org/enc/ece/e20629.htm> (Date de consultation : 30/09/2017).

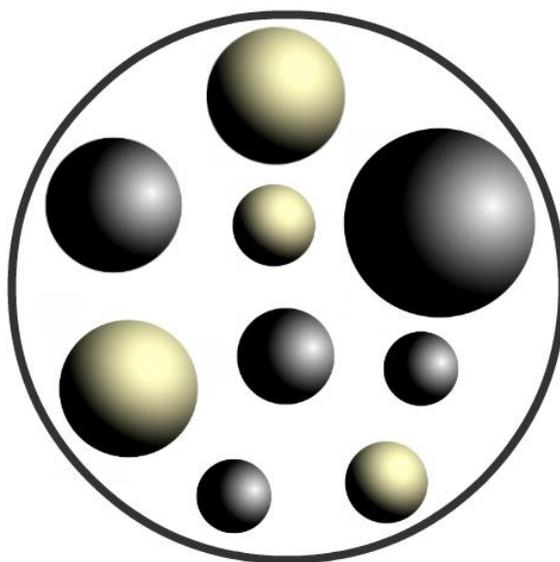
³⁹ Montfort (2011 : 62-165) fait référence aux travaux de Herder, Kant, Fichte, Simmel, Husserl, Scheler, Heidegger ou Arendt. Nous signalerons également l'intérêt des travaux de Hobbes, Rousseau, Locke, Sartre, Foucault ou Bourdieu à ce sujet.

⁴⁰ Notre traduction. « [...] *la suma de significaciones, acontecimientos y figuras que, dentro de lo histórico, se destacan con un doble valor de universalidad y de perennidad* [...] ». D'ORS, Eugenio (1943) : *La civilización en la historia. La historia del mundo en 500 palabras*, Ediciones españolas, Madrid. Espagne.

⁴¹ Cette idée renvoie à la notion hegelienne d'esprit objectif : « [...] une réalité spirituelle, tel l'esprit d'un peuple, d'une époque. Il est une réalité spirituelle non matérielle qui a une historicité, qui suit son mouvement et le situe dans le temps. L'esprit objectif, en d'autres termes, est un monde spirituel d'un groupe social, d'un peuple, tel qu'il se définit dans l'ensemble de ses manifestations dans les périodes déterminées du développement de son histoire. La nature qui est pure répétition dans la monotonie,

dans lesquelles sont réalisées certaines normes ointes d'une valeur absolue et décisive pour nous⁴². Quant à Bueno, la culture est un mythe obscurantiste qui ne veut absolument rien dire en raison de la surabondance dénotative du concept ainsi que de l'obscurité presque métaphysique de sa connotation. Il retient néanmoins la définition de Tylor et expliquera que l'« ensemble complexe » auquel fait référence l'anthropologue doit être interprété en prenant appui sur les deux moments auxquels fait référence cet ensemble : le moment distributif et le moment attributif. L'idée de culture est donc l'idée d'un ensemble complexe constitué de différentes sphères culturelles (voir figure n° 8) distribuées géographiquement et de systèmes de catégories culturelles enchaînés et susceptibles d'être retrouvés dans toutes les cultures (Montfort, 2011 : 25).

Figura n° 8. La métaphore de la sphère culturelle. Notre élaboration⁴³.



Par ailleurs, Bueno va analyser les composantes intrinsèques du concept de culture (voir figure n° 9, p. 38) permettant de comprendre la portée de cette notion : la culture objectuelle (ou objective) (i.e., la culture sociale et la culture matérielle — ou extrasomatique — qui va de la culture agricole jusqu'aux sculptures qui décorent

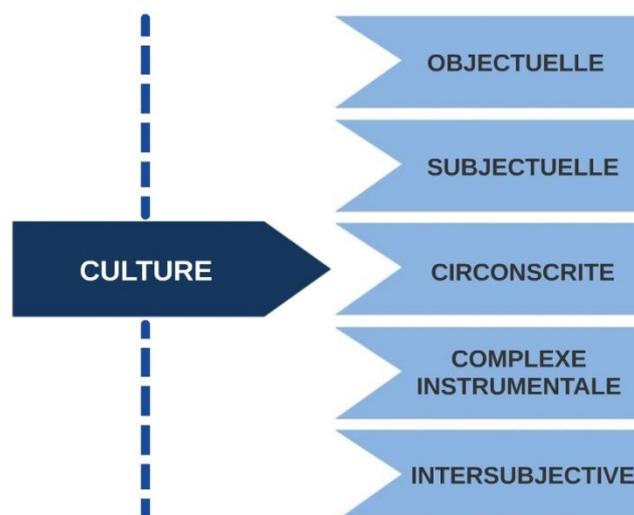
n'a pas d'histoire. Dès lors le cycle objectif est l'objectivation de l'esprit humain dans l'ensemble des institutions humaines telles que le droit, la famille, la société civile et l'État [...] » (SEYE, 2008 : 20).

⁴² Notre traduction. « [...] *Cultura es el conjunto de reacciones intelectuales y prácticas en que se realizan ciertas normas unidas para nosotros de un valor absoluto y decisivo* [...] *Cultura es el sistema vital de las ideas en cada tiempo* ». ORTEGA Y GASSET, José (1957) : *Obras completas*, III, Editorial Revista de Occidente, Madrid, Espagne, pp. 262 et 321.

⁴³ Images utilisées libres de droit. CC0 Public Domain, @Pixabay.

un bâtiment) ; la culture subjective⁴⁴ (ou intrasomatique) (i.e., strictement référée au sujet corporel opératoire car la culture implique une modification ou un façonnage acquis par le corps après son apprentissage qui seront mis en évidence par une empreinte individuelle définitoire : un pianiste par rapport à ses doigts, un culturiste par rapport à ses muscles, la parole d'un hispanophone, etc.) ; la culture circonscrite (i.e., l'ensemble de tous les contenus culturels — théâtre, musique, danse, littérature, cinéma, etc. — pouvant être considérés circonscrits par des institutions publiques ou privées à des effets de tutelle ou promotion) ; la culture complexe instrumentale (i.e., l'ensemble de contenus culturels qui constituent une certaine unité pragmatique en raison du « répertoire » de compétences ou de connaissances qu'un individu adulte doit posséder pour s'adapter aux couches de rang intermédiaire de la société planétaire : la maîtrise de plusieurs langues, la manipulation de plusieurs engins — ordinateur personnel, téléphone portable —, ou la connaissance des institutions administratives, économiques et politiques des principaux pays du monde) ; enfin, la culture intersubjective (ou intersomatique ou sociale) (i.e., ensemble d'institutions, habitudes, cérémonies, etc. qui constituent les normes de comportement des individus en tant que membres d'un groupe social).

Figura n° 9. Les dimensions du concept de culture. Notre élaboration d'après Bueno (2016 : 328-330).



Les composantes proposées par Bueno nous suggèrent en quelque sorte la notion de capital culturel de Bourdieu (1979a). En effet, Bourdieu définit le capital culturel comme l'ensemble de ressources culturelles dont chaque personne dispose,

⁴⁴ La culture subjective (ou la culture dans un sens subjectif) équivaut à la « culture de l'esprit ou du corps » en fonction des normes établies par la culture objective. Bueno (2016 : 329).

« un avoir devenu être, une propriété faite corps, devenue partie intégrante de la personne, un habitus ⁴⁵ ». Ces ressources sont accumulées, cumulables et partiellement transmises de génération en génération. Le capital culturel peut exister sous trois formes : à l'état incorporé (i.e., sous forme de dispositions durables de l'organisme : les savoirs et les savoir-faire), à l'état objectivé (i.e., sous forme de biens culturels) et à l'état institutionnalisé (i.e., sous forme de diplômes).

Toutes les approches du concept de culture renvoient, à différents degrés, au concept de nature et à l'animalité grégaire de l'homme⁴⁶. En effet, l'homme doit acquérir la culture puisqu'elle n'est pas innée chez lui, et cette acquisition va prendre appui sur des connaissances transmises qui lui permettront de juger sur la valeur qu'il faut accorder à celle-ci :

« [...] La culture, mot et concept, est d'origine romaine. Le mot "culture" dérive de *colere* – cultiver, demeurer, prendre soin, entretenir, préserver – et renvoie primitivement au commerce de l'homme avec la nature, au sens de culture et d'entretien de la nature en vue de la rendre propre à l'habitation humaine. En tant que tel, il indique une attitude de tendre souci, et se tient en contraste marqué avec tous les efforts pour soumettre la nature à la domination de l'homme. C'est pourquoi il ne s'applique pas seulement à l'agriculture mais peut aussi désigner le "culte" des dieux, le soin donné à ce qui leur appartient en propre [...] Pour les Romains, le point essentiel fut toujours la connexion de la culture avec la nature ; culture signifiant originellement agriculture, laquelle était hautement considérée à Rome, au contraire des arts poétiques et de fabrication [...] ». (Arendt, 1972 : 271-272).

⁴⁵ Bourdieu, (1979 : 4). Quant à la notion bourdienne d'habitus, il s'agit d' « [...] un ensemble de dispositions durables, acquises, qui consiste en catégories d'appréciation et de jugement et engendre des pratiques sociales ajustées aux positions sociales [...] ». Informations recueillies de l'adresse <https://sociologie.revues.org/1200> (Date de consultation : 30/09/2017).

⁴⁶ Pour Freud (1929) « [...] Le mot culture désigne la somme totale des réalisations et dispositifs par lesquels notre vie s'éloigne de celle de nos ancêtres animaux et qui servent à deux fins : la protection de l'homme contre la nature et la réglementation des relations des hommes entre eux [...] » (Maurer-Feder, 2012 : 3). En effet, Freud considère que la culture humaine est « [...] tout ce en quoi la vie humaine s'est élevée au-dessus de ses conditions animales et ce en quoi elle se différencie de la vie des bêtes, et je néglige de faire la distinction entre culture et civilisation [...] ». FREUD, Sigmund (1927) : L'avenir d'une illusion, tr. A. Balseinte, J-G Delarbre et D. Hartmann (revue), PUF, Paris, France, p. 6. Disponible à l'adresse <http://www.philo52.com/articles.php?lng=fr&pg=1320&prt=2> (Date de consultation : 30/09/2017).

1.1.1.1 Culture, identité et altérité

La culture est un vecteur d'intelligibilité grâce auquel le monde devient compréhensible. Le premier élément culturel avec lequel l'être humain rentre en contact à l'instant même de sa naissance est la parole. En effet, la parole s'impose comme élément culturel déterminant pour l'être humain puisque, grâce à lui, l'individu peut orienter son propre comportement et influencer celui des autres. Toutefois, la nature humaine est caractérisée par la capacité consubstantielle de l'individu à prendre des initiatives, à tenir les rênes de sa propre vie, personnelle et partagée (Cortina, 2012), ce qui l'amène à développer des vertus et des vices tout au long de son existence. La liberté est inexorable pour la construction de l'être humain, mais la liberté requiert l'altérité. En effet, comme le signale Sampedro⁴⁷ :

« [...] À chaque fois que l'on utilise le mot liberté il faut penser pour qui. La liberté pour le pauvre veut dire que je ne sois pas opprimé, mais la liberté pour le riche veut dire qu'on me laisse les mains libres pour faire ce dont j'ai envie, et c'est à ce moment-là que j'exploiterai qui bon me semblera. Quand quelqu'un me parle de liberté, je me souviens toujours de la devise de la Révolution Française. Je vais vous raconter quelque chose que j'expliquais en cours il y a longtemps : la liberté vole comme les cerfs-volants. Ils volent parce qu'ils sont attachés. Prenez un cerf-volant et lancez-le, il ne volera pas. Mais attachez-y une ficelle, il résistera au vent et c'est ainsi qu'il se balancera dans le ciel. Quelle est la ficelle du cerf-volant de la liberté ? : l'égalité et la fraternité. C'est-à-dire la liberté responsable face aux autres [...] ».

La culture et l'identité sont deux systèmes symboliques qui se développent dans l'interaction⁴⁸. Étant donné que chaque individu acquiert son identité à travers un processus de construction qui le définit comme être social en devenir, nous ne pouvons pas réduire l'identité aux caractéristiques biologiques ou physiques d'un

⁴⁷ Notre traduction. « [...] siempre que se use la palabra libertad hay que pensar para quién. La libertad para el pobre quiere decir que no me opriman. Pero la libertad para el rico es que me dejen las manos libres, que yo haré lo que me dé la gana y entonces explotaré a quien haga falta. Cuando me hablan de libertad recuerdo siempre el lema de la revolución francesa. Le voy a contar algo que explicaba en clase hace años : la libertad vuela como las cometas. Vuela porque está atada. Usted coja una cometa y láncela, no vuela. Pero átela una cuerda y entonces resistirá al viento y subirá. Cuál es la cuerda de la cometa de la libertad: la igualdad y la fraternidad. Es decir, la libertad responsable frente a los demás [...] ». Interview à José Luis Sampedro le 12 juin 2011, disponible à l'adresse http://elpais.com/diario/2011/06/12/eps/1307860014_850215.html (Date de consultation : 30/09/2017).

⁴⁸ Tardif (2016 : 201).

individu⁴⁹. Sans identité, il n'y a pas de « moi » ; le rapport à l'autre, mis en relief dans l'interaction⁵⁰, est inéluctable pour le développement de l'identité, et cette interaction est indissociable d'un processus culturel. L'identité est le résultat de l'interaction avec les autres⁵¹ :

« [...] La culture et l'identité se construisent dans un processus incessant qui vise à établir la relation sociale en réconciliant dans un même mouvement le développement de soi dans la relation à autrui. Osons une métaphore : la culture agit dans la sphère symbolique [voir figure n° 8, p. 37] comme un liquide amniotique qui transmet à un individu un héritage en même temps que les conditions de l'autonomie qu'il doit assumer et développer. Aussi structurants soient-ils, les systèmes symboliques ne sont pas contraignants mais "habilitants", comme cet élément culturel par excellence qu'est la langue permet de le comprendre. Ils rendent possibles les choix et les initiatives dans un cadre compréhensible et acceptable pour les autres. Ils permettent la relation⁵² [...] ».

Par conséquent, l'identité est le résultat des discours idéologiques présents dans la culture ; il s'agit d'un subtil canevas élaboré à partir de plusieurs fibres (e.g., âge, genre, orientation sexuelle, race, classe sociale, niveau d'études, etc.) qui constituent dans son ensemble l'identité (Páramo, 2008 : 544). En outre, les espaces virtuels générés par les nouvelles technologies ouvrent un autre espace de liberté permettant aux individus d'y trouver des éléments d'identification et de différenciation dans un environnement social souvent plus valorisant que l'environnement social immédiat d'appartenance⁵³.

Comme nous l'avons signalé *supra*, l'interaction permet de forger les valeurs d'une société puisque la culture repose sur des systèmes de valeurs profondément enracinés dans l'histoire des collectivités (Margérard, 2011 : 6). En effet, les valeurs sont des constructions intersubjectives communément reconnues en tant que

⁴⁹ Tardif, *ibid.*

⁵⁰ C'est-à-dire, les socialisations première et secondaire en tant que processus éducatifs qui vont permettre à l'individu sa propre appréhension.

⁵¹ « C'est par le processus d'identification que les individus s'attribuent (à eux-mêmes et les uns aux autres) une ou plusieurs identités, au cours d'une interaction sociale [...] une identité (pour soi ou pour autrui) peut alors être conçue comme une étiquette qui affecte momentanément à l'individu une catégorie quelconque, ainsi qu'un certain nombre de traits *culturels* associés à cette catégorie. Ces étiquettes identitaires peuvent être utilisées par les participants comme des repères pour prévoir le comportement des uns et des autres » (Frame, 2013 : 25).

⁵² Tardif, *ibid.*

⁵³ Tardif, *ibid.*, p. 203.

qualités. Les valeurs sont quelque chose de désirable, digne d'être émulé. Elles sont un bien en soi et parfaites du point de vue conceptuel bien qu'irréalisables dans leur plénitude si l'on souhaite les incarner ; on peut aspirer à les atteindre seulement en partie (Diego, 2011 : 8). Certaines antivaleurs peuvent néanmoins devenir conjonctuellement des valeurs au risque et péril que les individus ne parviennent pas à faire la différence entre valeur et antivaleur, entre la vertu et le vice, entre le bien et le mal. La dignification de l'être humain est axiologiquement érigée sur le bien, ce qui permet de cimenter les valeurs de façon intersubjective. En effet, les membres de chaque communauté de vie ont la responsabilité d'élucider quelles sont leurs valeurs à partir de l'intersubjectivité, ce qui nous conduit à la pratique discursive comme vecteur d'appropriation des valeurs groupales.

En effet, la transmission des valeurs est consubstantielle à toute communauté de vie, ce qui nous amène inéluctablement aux concepts d'éthique et de morale. Le mot éthique provient du grec *ἠθικός* (*ēthikós*). Le suffixe < -ικός > veut dire « relatif à » et, de ce fait, *ἠθικός* serait tout ce qui est relatif à l'éthos. Par ailleurs, deux bases lexicales sont envisageables sur le mot *ἠθικός* : *ἦθος*, avec < η > (êta) (i.e., le caractère de chaque individu – dimension ontologique naturelle-génétique), ou bien *ἔθος*, avec < ε > (epsilon) (i.e., les coutumes – dimension ontologique de l'apprentissage de l'être humain). Par conséquent, *ἠθικός* pourrait être traduit par *tout ce qui est relatif aux coutumes qui forgent le caractère de chaque individu*. Le mot morale provient du latin classique *morālis* qui, à son tour, est un adjectif dérivé de *mos / moris*, qui veut dire habitudes, mot utilisé par Cicéron pour traduire le mot grec *ἠθικός*. Par conséquent, la morale serait *les habitudes qui régulent les comportements des individus* (i.e., l'usine de nos valeurs)⁵⁴.

Nous retiendrons ici la définition du concept éthique proposée par Cortina (2013) pour qui l'éthique est un type de savoir pratique qui oriente l'action humaine de façon rationnelle tout au long de la vie pour que chaque individu puisse décider : quelles sont les habitudes qu'il doit assumer ; comment organiser les objectifs intermédiaires ; par quelles valeurs il doit s'orienter et, enfin, quelle façon d'être ou quel caractère il doit incorporer en vue d'œuvrer prudemment, c'est-à-dire pour

⁵⁴ Cuenca (2013 : 45).

prendre les décisions adéquates. L'éthique est le système nerveux de l'action humaine (i.e., performance individuelle), qui sera mis à l'épreuve dans ses rapports à l'autre.

L'identité se construit donc dans un environnement où l'individu participe activement à l'élaboration de son propre tissu identitaire en développant des stratégies identitaires tout au long de son existence. Par ailleurs, la socialisation de l'individu véhicule une identité culturelle qui va lui affecter les produits de l'histoire de la collectivité sous forme de systèmes de normes et de valeurs⁵⁵. La notion de culture devient ainsi multidimensionnelle, dynamique et active dans la mesure où plusieurs plans se superposent afin de configurer sa signification profonde.

La culture comporterait des manifestations perceptibles et imperceptibles, des éléments implicites inconscients, comme le signale Sapir⁵⁶, raison pour laquelle Hall (1976) propose de conceptualiser la culture en utilisant la métaphore de l'iceberg (voir figure n° 10, p. 44) à l'image des deux parties qui l'intègrent, une partie visible dont la taille est dérisoire par rapport à la partie invisible. C'est ainsi que la métaphore de l'iceberg permet d'illustrer la perception immédiate des éléments culturels correspondant au niveau de la conscience ainsi que les éléments culturels qui restent en dehors de la perception immédiate et qui correspondent au niveau de l'inconscience) :

« [...] Il existe un niveau de culture sous-jacent, caché, et très structuré, un ensemble de règles de comportement et de pensée non dites, implicites, qui contrôlent tout ce que nous faisons. Cette grammaire culturelle cachée détermine la manière dont les individus perçoivent leur environnement, définissent leurs valeurs, et établissent leur cadence et leurs rythmes de vie fondamentaux. Nous sommes, pour la plupart, totalement inconscients ou seulement superficiellement conscients de ce processus [...] ». (Hall, 1984 : 68).

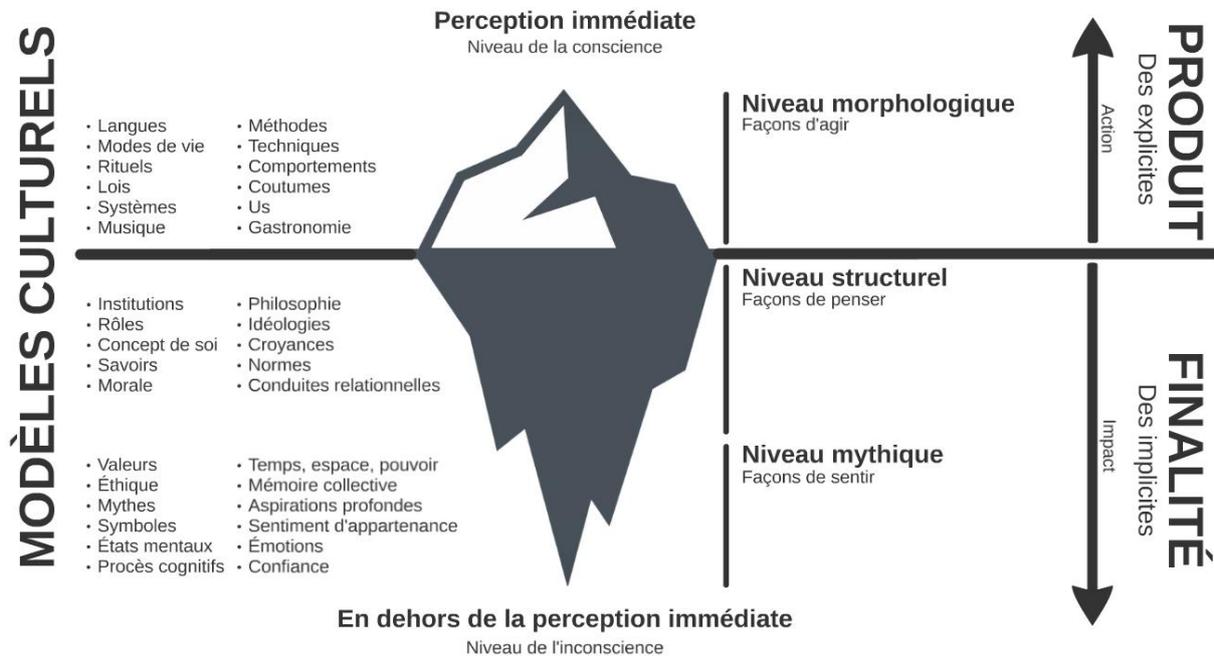
Kohls (2000), Brake et ali., (1995) et Katan (1999) reprendront la métaphore proposée par Hall pour y ajouter d'autres éléments, comme les contenus spécifiques

⁵⁵ Margérard, *op. cit.*, p. 6.

⁵⁶ « [...] Code, secret et compliqué, écrit nulle part, connu de personne, entendu par tous » (Sapir, 1967 :175).

relatifs aux niveaux morphologique, structurel et mythique. Par ailleurs, ils vont positionner les orientations normatives des cultures à la surface de l'iceberg.

Figure n° 10. Métaphore de l'iceberg. Notre élaboration⁵⁷.



Les identités individuelle et collective font du concept d'identité une construction plurielle complexe susceptible d'être analysée du point de vue sociologique et psychologique afin de discerner la construction sociale des stratégies identitaires développées par l'individu.

Hofstede (1980) portera un intérêt particulier sur la culture. En effet, pour ce sociologue la culture est la programmation mentale collective qui différencie les membres d'un groupe ou d'une catégorie de personnes d'autrui⁵⁸ et qui va déterminer les modes de comportement :

« [...] Il s'agit d'une programmation mentale collective ; c'est cette partie de notre conditionnement que nous partageons avec les autres membres de notre nation, mais aussi de notre région, de notre groupe, et non avec ceux d'autres nations, d'autres régions ou d'autres groupes [...] ». (Hofstede, 2006 : 418).

⁵⁷ Images utilisées libres de droit. CC0 Public Domain, @Pixabay.

⁵⁸ Notre traduction. « [...] (Culture is) *the collective programming of the mind distinguishing the members of one group or category of people from others* [...] ». Information recueillie de l'adresse <https://geert-hofstede.com/national-culture.html> (Date de consultation : 30/09/2017).

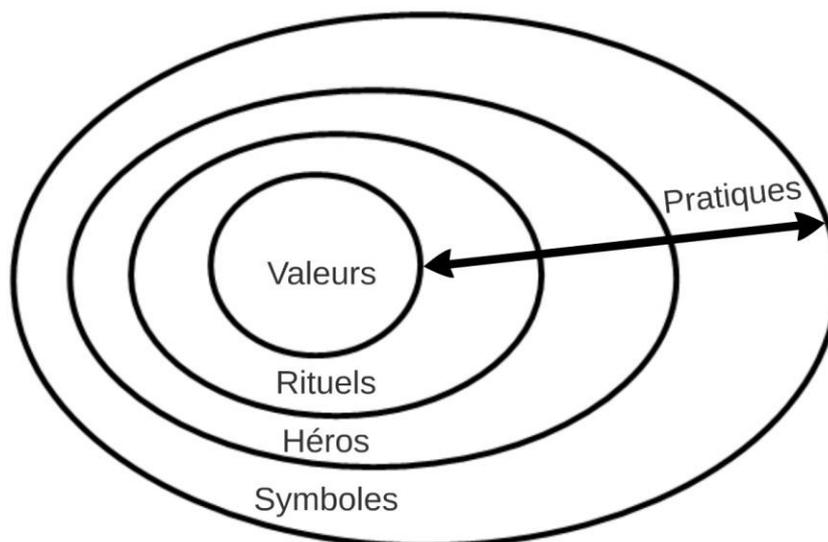
Les différentes couches de cette programmation mentale dépendent de la socialisation de l'individu, des environnements sociaux dans lesquels se trouve immergé celui-ci, ce que Hofstede (1991), Trompenaars et Hampden-Turner (1993) et Spencer-Oaety (2000) vont illustrer par la métaphore de l'oignon (voir figure n° 11, p. 46). Cette approche du concept de culture met en valeur deux idées fondamentales : premièrement, la culture n'est pas innée mais acquise⁵⁹ ; deuxièmement, la culture est un système collectif partagé. Et c'est dans le domaine du partage collectif que les termes identité (i.e., construction sociale basée sur une norme d'appartenance) et identification (i.e., processus en devenir) vont affleurer :

« [...] Mon "identité", en effet, c'est d'abord ce qui me représente, ce qui fait que je suis "Moi", un être unique et différent des autres dont je suis capable de circonscrire les frontières. Pourtant, cette belle unicité est fortement remise en question lorsqu'on se présente : on donne son sexe, sa profession ou sa nationalité... autant d' "étiquettes" qui nous rattachent à autant de catégories sociales auxquelles nous nous sentons appartenir [...] On voit donc qu'à travers la question de son identité, chacun pose aussi celle de ses limites et de sa place par rapport à autrui dans un mouvement constant d'assimilation et de différenciation [...] non seulement les autres ont à voir avec mon identité, mais sans "Autrui", "Je" n'existerait pas. À cela s'ajoute le fait que l'identité est non pas une donnée génétique (un "attribut") mais un "processus", un objet que nous construisons petit à petit dans le contact avec les autres, par identifications et différenciations successives à ce qu'ils sont, à ce que nous croyons qu'ils sont et à ce que nous percevons de l'image qu'ils ont de nous⁶⁰ [...] ». (Picard, 2008 : 76).

⁵⁹ Cette question nous amène à faire la différence entre les concepts de culture, de nature humaine (transmise dans les gènes, universellement partagée) et de personnalité (ce qui fait l'unicité de l'être humain, à la fois héritée et construite).

⁶⁰ Perls et Goodmann (1951) conçoivent ce processus comme un « soi en formation » (*forming self*). Par ailleurs, Béja (2005 : 166-167) explique que « [...] l'identité d'une personne saine consisterait [...] à accepter, à adhérer à ses mouvements (désirs, émotions, intentions, besoins, propres. Mais, objecterait-on peut-être, être soi-même semble la chose la mieux partagée du monde, car d'évidence chacun n'est autre que lui-même [...] Et personne dans cette logique primaire n'adhère à d'autres mouvements (désirs, besoins) qu'aux siens [...] ». C'est ainsi que Lacan (1961-1962) considère l'identification comme la cristallisation d'une identité. Face à la complexité du concept d'identité, Ricoeur (1990) proposera les notions d'identité-mêmeté (i.e., ce qu'il y a d'immuable dans le caractère, et qui est souvent associée à l'identité sociale) et d'identité-ipsité (i.e., une part de pluralité et de diversité au cœur de l'identité personnelle irréductible à la seule identité sociale [Truc, 2009 : 48], autrement dit « le soi en formation »). Nous pouvons conclure que, du point de vue configurationnel, la dichotomie identité / identification serait une modélisation *ad intra* (i.e., identité) et *ad extra* (i.e., identification). Luhmann (2006 : 5-6) fait allusion à cette dichotomie pour justifier la causalité du langage : « [...] la complexité du monde s'accroît davantage à travers la dimension sociale qui fait prendre conscience de l'autre homme non seulement en tant que chose, mais comme un autre Je. Cette complexité supplémentaire rend donc nécessaires de nouveaux mécanismes de réduction de la complexité. Parmi ceux-ci, on retrouve évidemment le langage et la conscience de soi ouverte à la réflexion en tant que mécanismes de généralisation et de sélectivité [...] ».

Figure n° 11. Métaphore de l'oignon. Notre élaboration⁶¹.

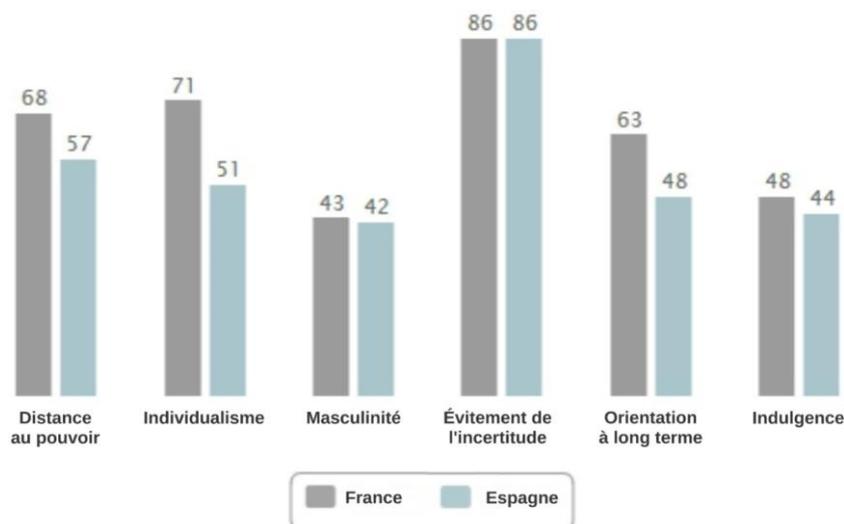


Hofstede (1980) s'intéressera aux différences culturelles au niveau mondial. Il prendra appui sur une étude transversale menée auprès de dix-sept mille cadres des filiales de la multinationale étasunienne I.B.M. dans cinquante-trois pays ou régions par le biais d'un questionnaire commun. Cette étude lui a permis de déterminer six facteurs⁶² qui sont à la base de ces différences cultures mesurées sur une échelle allant de 1 à 120. Les dimensions culturelles d'Hofstede pour chaque pays peuvent être analysées à titre individuel ou bien comparativement (voir figure n° 12, p. 47), ce qui permet de dégager des tendances générales à partir de conduites répétitives des membres d'une même culture.

⁶¹ Spicer-Oatey proposera, dans son élaboration de la métaphore, les éléments culturels suivants : de l'intérieur vers l'extérieur l'on trouvera les valeurs et présupposés de base ; les croyances, les attitudes et les conventions ; les systèmes et les institutions ; enfin, les artefacts et les produits ainsi que les rites et les comportements associés à ses membres. (Frame, 2008 : 44).

⁶² Distance au pouvoir (i.e., principe selon lequel les membres les moins influents d'une société acceptent la répartition du pouvoir) ; individualisme ou collectivisme (i.e., les individus appartiennent à un groupe qui les protège en échange de leur loyauté [collectivisme] ou bien ils s'occupent d'eux-mêmes et de leur famille proche uniquement [individualisme]) ; masculinité ou féminité (i.e., les valeurs dominantes sont le succès et la réussite professionnelle [masculinité] ou bien l'attention portée aux autres et la qualité de vie [féminité]) ; l'évitement de l'incertitude (i.e., le principe selon lequel les personnes se sentent menacées, voire effrayées par l'incertitude et l'ambiguïté et tentent par tous les moyens d'éviter ces situations et de les maîtriser) ; orientation à long terme ou à court terme (i.e., le principe selon lequel les individus ont une vision de l'avenir pragmatique et à long terme plutôt qu'une vision normative et à court terme) ; indulgence ou contrainte (i.e., le principe selon lequel les individus contrôlent leurs désirs et pulsions de façon faible [indulgence] ou fortement [contrainte]). Source : <https://www.geert-hofstede.com> (Date de consultation : 30/09/2017). Même si les dimensions de variabilité culturelle de Hofstede sont très reconnues au niveau international, il nous semble pertinent de signaler que d'autres chercheurs ont également proposé d'autres modèles dimensionnels en vue de rendre compte des différences qui existent entre les cultures sur le plan des valeurs et des croyances. (Frame, 2013 : 36-38). (voir annexe n° 1, pp. 458-460).

Figure n° 12. Comparaison des dimensions culturelles entre la France et l'Espagne. Source : Hofstede⁶³.



Toutefois, comme le signale Carpentier (2010 : 226), « Hofstede ne parvient pas à poser la régulation adaptative comme caractéristique du libre fonctionnement humain. Au contraire, les différences dans les indices sont prises par lui comme des "programmations" culturelles qui s'imposent aux personnes à partir de leur *habitus* sociétal ». Par ailleurs, comme le signale Frame (2013, 42-43) :

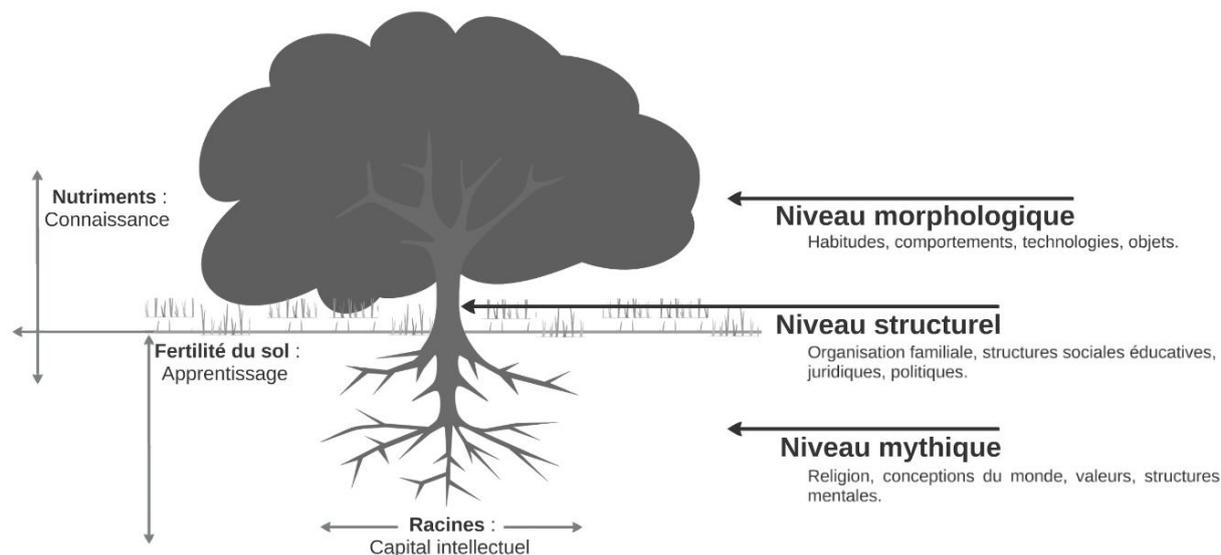
« [...] Les résultats issus de ces travaux comparatifs sont donc à manier avec précaution. Dans la mesure où elles mettent en avant des différences entre les systèmes cultures de représentations, et, au même titre que les monographies culturelles, ces catégories de différenciation peuvent éclairer, à posteriori, une analyse. Il faut alors les intégrer non pas comme des constantes culturelles liées à un groupe, mais en tant qu'explications possibles pour les comportements observés. D'un point de vue métacommunicationnel, ces travaux, et les formations qui s'en inspirent, constituent également des sources de représentations culturelles, susceptibles d'influencer ensuite le comportement des acteurs vis-à-vis de leurs interlocuteurs étrangers [...] ».

La culture est un élément vital pour la construction identitaire de l'individu ; la dimension temporelle véhiculée par la notion de construction sera mise en évidence

⁶³ Informations recueillies à l'adresse <https://www.geert-hofstede.com/france.html> (Date de consultation : 30/09/2017). (Texte sous l'image : notre traduction).

par la métaphore de l'arbre⁶⁴ (Sarabia et Sarabia, 2005 ; Eberhard, 2009) (voir figure n° 13).

Figure n° 13. Métaphore de l'arbre. Notre élaboration⁶⁵.



Néanmoins, comme l'indique Narcy-Combes (2006 : 21), le fait d'avoir recours aux classements (e.g., les métaphores de l'iceberg, de l'oignon, de l'arbre, des vêtements) en vue d'appréhender le concept de culture est réducteur et « inapte à rendre compte de la multiplicité des facettes, des rôles, des personnalités, des influences qui entrent en jeu dans la construction des individus, et de l'action de ces paramètres dans l'élaboration de la culture de chacun ». Comme le souligne Narcy-Combes⁶⁶, l'individu peut appartenir à plusieurs groupes culturels différents en même temps ; il a le choix d'appartenir ou non à ces groupes, et il est lui-même pluriel⁶⁷. Cette relation entre culture et individu prend souvent la forme de sentiment d'appartenance inébranlable, une sorte d'acte de foi⁶⁸, mais ce sentiment

⁶⁴ Frame (2008 : 43), va s'inspirer des travaux de Smith et Bond (1998) pour proposer la métaphore du vêtement en vue d'expliquer les différences culturelles au travers de la tenue vestimentaire. En effet, cette tenue dépend de facteurs tels que l'environnement (climat), l'activité habituelle (pratiques du groupe) ou l'identité (dimension symbolique). Le contexte immédiat ainsi que les groupes d'appartenance amènent à l'individu à changer ou non de vêtement ; il fait un choix « naturel » (par rapport à sa définition de soi), et il fera la sélection de ses vêtements en fonction de ses impressions pressenties concernant la situation sociale, et l'identité qu'il veut revendiquer.

⁶⁵ Images utilisées libres de droit. CC0 Public Domain, @Pixabay.

⁶⁶ Narcy-Combes, *ibid.*

⁶⁷ En citant à Lahire (2001). Nous avons abordé les concepts d'identité-ipsité et d'identité-mêmeté à la note n° 60, p. 45.

⁶⁸ « [...] *El budismo exige mucho de nuestra fe. Es natural, ya que toda religión es un acto de fe. Así como la patria es un acto de fe. ¿Qué es, me he preguntado muchas veces, ser argentino? Ser*

d'appartenance au groupe peut prendre la forme de rapport dyadique dans la mesure où le groupe soumet l'individu à ses normes explicites et implicites :

« [...] Quel que soit le mortier identitaire — l'histoire, la culture, la religion, etc. — celui-ci soumet l'individu ou les sous-groupes à une unité de la quelle il n'est — ou ils ne sont — qu'un atome. Ce mortier identitaire lui interdit l'individualisme ou, plus précisément, lui autorise sa propre construction en tant qu'acteur au même temps qu'il lui interdit sa propre construction en tant que sujet⁶⁹ [...] ». (Wieviorkova, 1992 : 227).

Comme le signale Carbonell (1995 : 81), les différentes identifications groupales auxquelles un individu peut se sentir rattaché (e.g., famille, ethnie, partie politique, nation, école, club sportif, etc.) devraient être toujours au service du développement de son autonomie personnelle sans jamais restreindre celle-ci⁷⁰ (voir figure n° 14, p. 50) car les groupes ont une tendance naturelle à renforcer la soumission des individus à leurs propres normes internes et à leur imposer une identité au lieu d'encourager l'autonomie individuelle et favoriser les différentes identifications de chaque individu. L'altérité devient ainsi un préalable inéluctable car il n'y a pas de liberté sans altérité. L'Autre est inexorable sur l'horizon de la construction individuelle et collective, et c'est cette construction qui fait de l'être humain un ζῷον πολιτικόν (*zôion politikón*, un animal social ou politique) :

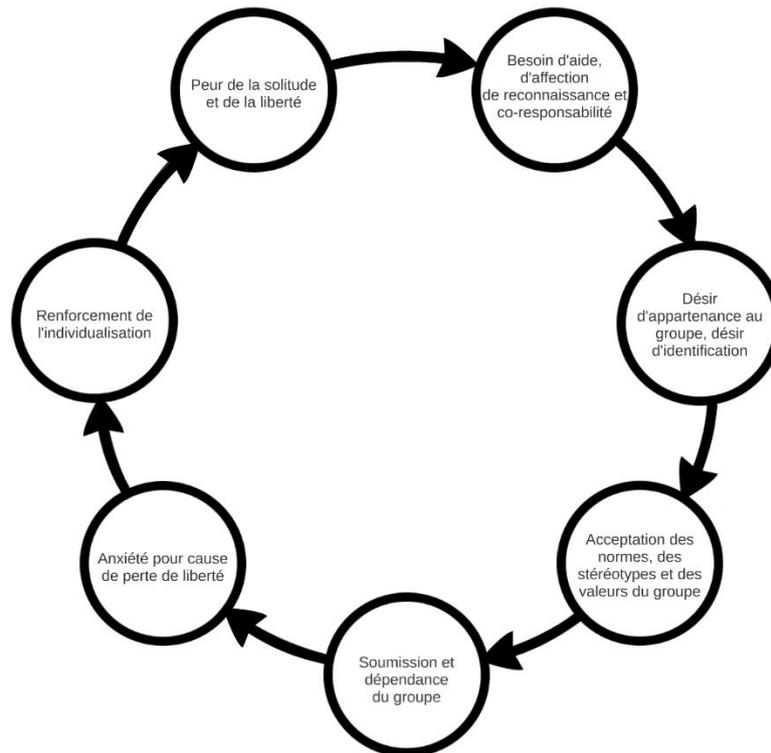
« [...] la culture est en elle-même un concept placé sous le signe de la complexité et de la variation, et [...] comme dans une auberge espagnole, on y trouve surtout beaucoup de soi-même et de ce qu'on y apporte, mais il est cependant possible d'y rencontrer l'autre, et peut-être de le comprendre [...] ». (Narcy-Combes, 2006 : 21).

argentino es sentir que somos argentinos [...] » (Borges, 1980 : 28). Disponible à l'adresse http://biblio3.url.edu.gt/Libros/borges/Siete_noches.pdf (Date de consultation : 30/09/2017).

⁶⁹ Notre traduction. « [...] *Cualquiera que sea la argamasa identitaria — historia, cultura, religión, etc. — ésta subordina el individuo o los subgrupos a una unidad de la que no es — o no son — otra cosa que un átomo, le prohíbe el individualismo, o más precisamente, le autoriza a constituirse en actor al mismo tiempo que le prohíbe constituirse en sujeto* [...] ».

⁷⁰ « [...] *Si je scavois une chose utile a ma nation qui fut ruineuse à une autre je ne la proposerois pas a mon prince parce que je suis home avant d'être francois ou bien parce que je suis necessairement home et que je ne suis francois que par hazard* [...] » ; « [...] *Si je scavois quelque chose qui me fut utile et qui fut prejudiciable a ma [...] famille je la rejeterois de mon esprit si je scavois quelque chose utile a ma famille [...] et qui ne le fut pas a ma patrie je chercherois a l'oublier si je scavois quelque chose utile a ma patrie et qui fut prejudiciable à l'Europe ou bien qui fut utile a l'Europe et prejudiciable au genre humain je [...] la regardrois come un crime* [...] ». Montesquieu *Pensées*, vol 1, n° 350 et 741 [En ligne]. Disponible à l'adresse <https://www.unicaen.fr/services/puc/sources/Montesquieu/> (Date de consultation : 30/09/2017).

Figure n° 14. Cercle vicieux entre l'individuation et le grégarisme. Source : Carbonell, *ibid.*



L'identité culturelle de l'individu est mise à rude épreuve dans l'expérience de l'altérité puisque sa propre construction identitaire en dépend paradoxalement. En effet, comme le signale Kapuściński (2009 : 101) :

« [...] Quand on est arraché à sa culture, on en paie le prix fort. C'est pourquoi il est si important de posséder une identité propre et définie, ainsi que la ferme conviction de la force, de la valeur et de la maturité de cette identité. À cette condition seulement, l'homme peut affronter une autre culture avec sérénité. Dans le cas contraire, il aura tendance à rester dans sa cachette, à s'isoler craintivement du monde qui l'entoure, d'autant que l'Autre est le miroir dans lequel il se regarde et il est regardé, le reflet que démasque et met à nu [...] ».

Mais dans un monde de plus en plus dépendant, interconnecté et changeant, la proxémie de l'Autre questionne l'espace configurationnel identitaire de l'individu, rendant cet espace de plus en plus complexe :

« [...] La mondialisation culturelle soulève une question critique : comment sommes-nous préparés à comprendre les autres ? [...] L'évolution actuelle entraîne sans doute une phase de désoccidentalisation du monde et l'avènement d'un monde pluriel et multi-centré, en recomposition beaucoup plus rapide que par le passé, et qui ébranle à la fois

les schémas explicatifs et stratégiques [...] Le vouloir-vivre ensemble exige d'apprendre à habiter le monde en composant avec ses différences qui sont d'abord de nature culturelle et en constante recomposition, en les "socialisant" à travers plusieurs ensembles-monde géoculturels à construire, comme le furent et le sont toujours par ailleurs les nations ainsi que les entités géopolitiques et géoéconomiques [...] Elle oblige heureusement à revenir à la question politique fondamentale : que devons-nous, que pouvons-nous, que voulons-nous faire ensemble, à l'échelon local, national et ce qui est nouveau, à l'échelon extra-national ? ». (Tardif, 2008 : 205-209).

En outre, il nous semble pertinent de faire allusion à l'approche du concept de culture proposée par Miquel et Sans (1992 : 16) dans le cadre de la didactique de l'espagnol langue vivante, pour qui la culture est une adhésion affective, un cumul de croyances qui marquent chacune des performances des individus en tant que membres d'une société⁷¹. Ces auteures vont prendre en considération trois niveaux d'analyse distribués sur deux corps périphériques dépendants d'un corps central (voir figure n° 15, p. 52). Le niveau central fait allusion à un standard culturel, à tout ce qui est partagé par les citoyens d'une culture (i.e., les connaissances opératoires partagées par les locuteurs natifs de chaque culture pour pouvoir s'orienter dans certaines situations, pour être acteurs effectifs dans toutes les situations de communication et, enfin, pour participer de façon adéquate dans les pratiques culturelles quotidiennes). Ce niveau normatif va recevoir l'appellation de « culture tout court⁷² » et permet de donner du sens à ce que les auteures appellent une « dialectologie culturelle », configurée sur deux niveaux : un niveau dit supérieur faisant allusion aux connaissances déclaratives (« culture avec majuscules⁷³ »), et un niveau dit inférieur faisant allusion aux différentes façons de se conduire de certains groupes sociaux (i.e., couches socio-économiques) (« *Kulture* avec K⁷⁴ »).

⁷¹ Cité par Machain (2002 : 324-325).

⁷² *Cultura a secas*. Miquel et Sans, *ibid.*

⁷³ *Cultura con mayúsculas*. Miquel et Sans, *ibid.* « [...] Butzbach, Boyer et Pendax (1990) définissent des connaissances et un savoir descriptif de la culture sous forme de compétence ethno-socioculturelle qui comprend au moins quatre ensembles de représentations collectives, plus ou moins stables faisant l'objet de consensus ou, au contraire, suscitant des débats entre les membres d'une communauté culturelle donnée [...] les représentations du patrimoine historico-culturel, les représentations du patrimoine national-identitaire, les grandes images du vécu communautaire ainsi que les attitudes et les évaluations plus ou moins dominantes [...] ». (Wang, 2017 : 24).

⁷⁴ *Kultura con K*. Miquel et Sans, *ibid.* Dans les années 90 du siècle dernier l'utilisation de la consonne "k" à la place de la consonne "c" était fréquente dans certaines couches sociales en Espagne (e.g., *okupación, Vallekas, anarkía*) pour montrer une sorte de révolte juvénile contre le pouvoir et contre les traditions, renforcé par la mouvance Punk des années 80. Toutefois, ce n'est pas la première fois que le mot culture apparaît écrit avec un k en Espagne. En effet, Unamuno (1913) justifie également l'utilisation qu'il fait du mot *kultura* : « [...] Vous me demandez de [...] vous expliquer pourquoi j'écris

C'est le corps central qui va permettre aux membres de cette culture (i.e., communauté de parole) d'accéder aux niveaux supérieur et inférieur. C'est ainsi que les auteures conçoivent la culture comme savoir (« culture avec majuscules »), savoir-faire (« culture tout-court ») et savoir-être (« *Kulture* avec K »).

Ces niveaux sont amovibles et peuvent converger avec le niveau central, ce qui permettra d'élargir l'ensemble des éléments partagés par tous les citoyens. Toutefois, les niveaux supérieur et inférieur ne sont pas partagés de la même façon par tous les membres de la communauté de parole, qui peuvent ou non interagir avec eux. Cette approche du concept de culture propose à la fois une démarche descriptive, compréhensive et dynamique qui rejoint la conception de compétence culturelle évoquée par Porcher (1988), pour qui la compétence culturelle est une approche en termes de savoir-faire, c'est-à-dire la capacité pour un individu donné de s'orienter dans la culture de l'Autre à partir d'une démarche compréhensive et non plus seulement descriptive⁷⁵.

Figure n° 15. Compétence culturelle d'après Miquel et Sans⁷⁶.



Kultura avec K majuscule [...] Vous devez déjà savoir, bien évidemment, qu'en allemand [...] tous les noms substantifs s'écrivent en majuscules. La raison est qu'en Allemagne toutes les substances sont majuscules, ou si vous le préférez, tous les noms propres. Parce que le peuple allemand est un peuple essentiellement philosophique. De plus, ils utilisent à peine le c, qui est une lettre latine et, par conséquent, inconstante et absolument pas philosophique. Et voilà pourquoi dans ma région l'on écrit également *Baskonia*, *Biskaia*, *Euskera*, etc., etcétera. Le K donne de l'autorité et de l'importance à un écrit. Si le kilo ne pesait pas ce qu'il pèse, nous l'écririons avec un q, ou il se peut que le fait de l'écrire avec un k il pèse ce qu'il pose. Le *quilo* avec un q est celui que l'on transpire, pas celui que l'on pèse. En Allemagne, donc, [...] la culture devient *Kultur*, et quand j'écris *Kultura* avec un k majuscule je veux dire culture à l'allemande ; et quand je l'écris avec un modeste c minuscule, c'est une petite culture latine, superficielle, inconstante, comme celle que nous nous permettons ici [...] ». Notre traduction. Texte disponible à l'adresse <http://www.filosofia.org/hem/dep/mga/9130226a.htm> (Date de consultation : 30/09/2017).

⁷⁵ Cité par Wang, *ibid.*

⁷⁶ D'après Miquel et Sans, *ibid.*, p. 16.

1.1.2 La compétence culturelle

Les différentes approches du concept de culture abordées véhiculent en quelque sorte une attitude plutôt passive de l'individu lors de l'acquisition de celle-ci. En effet, la culture s'imposerait à l'individu et il serait le produit de la culture. Cependant, la culture est un processus de construction personnelle où chaque individu va élaborer sa propre culture en développant des stratégies d'appropriation en fonction de ses propres besoins et circonstances personnelles dans un cadre défini par la pluralité, ce qui multiplie d'autant les sources et les références (Abdallah-Pretceille, 2004 : 52), et ce depuis la plus tendre enfance de l'individu :

« [...] Dès notre naissance, l'entourage fait pénétrer en nous, par mille démarches conscientes et inconscientes, un système complexe de références consistant en jugements de valeur, motivations, centres d'intérêts, y compris la vue réflexive que l'éducation nous impose du devenir historique de notre civilisation, sans laquelle celle-ci deviendrait impensable ou apparaîtrait en contradiction avec les conduites réelles. Nous nous déplaçons littéralement avec ce système de références, et les réalités culturelles du dehors ne sont observables qu'à travers les déformations qu'il leur impose, quand il ne va pas jusqu'à nous mettre dans l'impossibilité d'en apercevoir quoi que ce soit. [...] ». Lévi-Strauss (1952 : 43-44).

Comme l'explique Simon (2011 : 2), nous ne pouvons pas ne pas transmettre et ce que nous transmettons est ce que nous sommes⁷⁷. En effet, les concepts de transmission intergénérationnelle et transgénérationnelle permettent de mettre en exergue cette perspective de construction et d'héritage⁷⁸ culturels évoquée par Abdallah-Pretceille (i.e., le patrimoine génétique, la culture familiale [valeurs, règles, traditions, habitudes], des savoir-faire, des principes éducatifs, des biens, la vie psychique, le mythe familial, etc.). Simon explique que la transmission psychique implique un processus de transformation dans la mesure où ce que l'enfant reçoit

⁷⁷ Abdallah-Pretceille (2008 : 53) signale également que « [...] Toute culture n'est que l'expression d'un point de vue susceptible d'être confirmé ou infirmé par d'autres points de vue. En ce sens, la culture n'est pas le reflet d'une réalité objective mais le résultat d'une activité langagière et sociale. Les cultures n'existent pas en dehors des individus qui les portent et les actualisent, ni surtout en dehors des discours et des propos tenus sur elles [...] ».

⁷⁸ Freud (1914) affirme que « [...] L'individu, effectivement, mène une double existence : en tant qu'il est à lui-même sa propre fin, et en tant que maillon d'une chaîne à laquelle il est assujéti contre sa volonté ou du moins sans l'intervention de celle-ci [...] ». En effet, l'individu est assujéti à une chaîne dont il est un maillon, un bénéficiaire, un serviteur et un héritier (Kaës, 2013 : 11), raison pour laquelle nous sommes tous récepteurs et transmetteurs et, par ailleurs, nous sommes ce qui est transmis (des classeurs classés par nos classements, Bourdieu [1979b]).

n'est pas ce que l'adulte transmet puisque l'enfant est acteur de la transmission, il ne reste pas passif. En effet, l'enfant transforme ce qu'il reçoit à la lumière de ce qu'il est et de ce qu'il a vécu⁷⁹.

La transmission psychique est un processus inconscient qui passe par le mode de communication non-verbal et infra-verbal. Cette transmission s'appuie sur les processus d'identification et de projection ainsi que sur les principes de loyauté et d'endettement qui lient chaque individu à ses propres générations passées et qui le poussent parfois à répéter des situations difficiles ou douloureuses⁸⁰. Les besoins d'identité, d'appartenance, de loyauté, d'amour, de reconnaissance et de symbolisation sont les enjeux majeurs de la transmission familiale⁸¹. Il nous semble intéressant d'analyser la transmission psychique au niveau individuel⁸² dans la mesure où elle aura lieu pendant la socialisation première, et mise en évidence par une série de paramètres qui vont déterminer la confiance comme compétence dans l'individu :

- les traits de personnalité, les représentations mentales, les fantasmes, les mécanismes de défenses des parents et des ancêtres ;
- les croyances sur soi, sur les autres, sur le monde, sur la vie, etc., qui peuvent être aidantes ou contraignantes ;
- les interdits fondamentaux, les règles morales, les valeurs et les idéaux ;
- les états psychoaffectifs, les émotions, les sentiments (e.g., culpabilité, honte, crainte / confiance, sécurité, plaisir), mais également le rapport aux émotions.

⁷⁹ Simon, *ibid.*

⁸⁰ L'auteure signale également l'utilisation des géonosociogramme dans le cadre de la psychotérapie (Cf. chapitre 3.2., p. 161).

⁸¹ Simon, *ibid.*, p. 4.

⁸² Simon fait également référence à d'autres paramètres, comme les rêves de désir irréalises des parents, les attentes quant au rôle et, enfin, les éléments du vécu non digérés par le parent. En outre, il nous semble pertinent de signaler que pour Bourdieu (1994 : 141) la famille est le sujet principal des stratégies de reproduction dans la mesure où elle participe à l'accumulation et à la transmission des capitaux économiques, socioculturels et symboliques : « [...] Le mécanisme de la reproduction prend appui sur la fonction de l'habitus. Les habitus déterminent la protension (*i.e.*, la manière dont l'individu anticipe ou prépare l'avenir par les actes, les représentations ou les valeurs qu'il exprime dans le présent [voir figure n° 4, p.20 de l'introduction]) des individus au sein des familles d'une génération à l'autre [...] ». Par ailleurs, d'autres spécialistes voient dans le processus de socialisation une fonction de conversion individuelle (*i.e.*, un processus de déconstruction et de reconstruction de son histoire) : « [...] la socialisation nécessite de la part de chacun un travail d'appropriation et de reconstruction. Il s'agit d'une véritable transformation des habitus et du capital culturel qui se produit d'une génération à l'autre [...] ». (LAHAYE et ali., 2007 : 48-49).

C'est ainsi que l'individu va s'approprier les savoirs et développer des savoir-faire directement liés à son expérience vitale, susceptibles d'être repérés dans ses propres performances dans ses rapports à l'Autre. Comme le signale Abdallah-Pretceille (2008 : 57), l'enjeu consiste non seulement à apprendre à DIRE⁸³ mais aussi à SE DIRE et surtout à DIRE AVEC :

« [...] Entendue comme une connaissance de l'Autre, la compétence culturelle, quelle que soit d'ailleurs la finesse des savoirs, reste extérieure à l'acte de communication. Elle suggère un discours d'attribution et de catégorisation, et produit même un artefact qui à son tour justifie les analyses culturalistes [...] ». (Abdallah-Pretceille, 1996 : 32).

Miquel (1999 : 35) fait également référence dans ses travaux à l'importance du discours pour la construction de la compétence culturelle, qu'elle définit comme :

« [...] une connaissance opérationnelle liée à des habitudes, à des objets de champ, aux positions de ces objets, à des savoirs, à des croyances et à des présuppositions. Les membres d'une culture disposent de cette connaissance et nous soulignons que toute cette connaissance est structurée et organisée autour du discours. Le discours est une série de décisions constantes prises en fonction de ce qui a déjà été dit, de ce qui est bien connu, de ce qui présupposé, des objets et des stratégies des locuteurs, où l'interlocuteur doit faire un choix parmi plusieurs options. Eh bien, une bonne partie, une grande partie des instruments que l'interlocuteur doit gérer est culturelle⁸⁴ [...] ». Miquel, (1999 : 35).

C'est dans l'action, plus concrètement dans l'interaction avec l'Autre, que la culture émerge ; l'enjeu est de percevoir les systèmes de classement à l'aide desquels fonctionne une communauté sociale, et d'anticiper ce qui va se passer dans une situation donnée⁸⁵. Pour Abdallah-Pretceille (2008 : 54) la compétence culturelle est « la capacité à s'orienter dans une culture étrange et étrangère afin de comprendre la culture en acte et non pas la culture comme un objet, objet par ailleurs

⁸³ Nous reproduisons fidèlement l'utilisation des majuscules faite par l'auteure dans le texte.

⁸⁴ Notre traduction. « [...] *un conocimiento operativo ligado a hábitos, objetos de campo, posiciones de esos objetos, saberes, creencias y presuposiciones del que disponen los miembros de una cultura y subrayamos que todo ese conocimiento se estructura y organiza en torno al discurso. El discurso es una serie de continuas decisiones en función de lo ya dicho, de lo consabido, de lo presupuesto, de los objetos y estrategias de los hablantes, donde el interlocutor tiene que elegir entre varias opciones. Pues bien, buena parte, una gran parte del instrumental que tiene que manejar el interlocutor es cultural [...]* ».

⁸⁵ Abdallah-Pretceille (1996 : 92).

souvent présenté comme figé et ossifié ». Comme l'explique cette auteure, il s'agit moins d'apprendre la culture de l'Autre que d'apprendre la relation à l'Autre dans son universalité et sa singularité⁸⁶. La culture aurait ainsi une double fonction : d'abord ontologique, puisqu'elle permet à l'être humain de se signifier à lui-même et aux autres ; puis instrumentale, puisque elle rend possible l'adaptation aux environnements nouveaux en produisant des comportements, des attitudes et des aménagements culturels (Meziani, 2012 : 88).

Par ailleurs, le Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues (désormais CECRL) met en évidence ce rapport à l'Autre grâce à la perspective actionnelle. Contexte et situation sont deux critères déterminants :

« [...] La perspective privilégiée ici est, très généralement aussi, de type actionnel en ce qu'elle considère avant tout l'usager et l'apprenant d'une langue comme des acteurs sociaux ayant à accomplir des tâches (qui ne sont pas seulement langagières) dans des circonstances et un environnement donnés, à l'intérieur d'un domaine d'action particulier. Si les actes de parole se réalisent dans des activités langagières, celles-ci s'inscrivent elles-mêmes à l'intérieur d'actions en contexte social qui seules leur donnent leur pleine signification. Il y a "tâche" dans la mesure où l'action est le fait d'un (ou de plusieurs) sujet(s) qui y mobilise(nt) stratégiquement les compétences dont il(s) dispose(nt) en vue de parvenir à un résultat déterminé. La perspective actionnelle prend donc aussi en compte les ressources cognitives, affectives, volitives et l'ensemble des capacités que possède et met en œuvre l'acteur social [...] ». (Conseil de l'Europe, 2001 : 15).

Malgré l'importance du contexte et de la situation de communication pour l'approche actionnelle co-actionnelle, le CECRL fait une brève allusion à la compétence culturelle dans ses premières pages⁸⁷ et, par la suite, il se référera aux

⁸⁶ Abdallah-Preteille, (2008 : 55). Par ailleurs, comme le signale l'auteure, « [...] L'addition de faits culturels pris isolément est aussi inefficace pour l'approche d'une culture que la mémorisation de mots hors contexte pour l'apprentissage d'une langue. C'est en fait l'entrée en force de l'anthropologie dans la classe de langue. [...] » (*ibid.*, p. 54). Abdallah-Preteille fait ainsi référence à Sartre (1988 : 7), qui affirme : « [...] C'est qu'un homme n'est jamais un individu ; il vaudrait mieux l'appeler un universel singulier : totalisé et, par là même, universalisé par son époque, il la retotalise en se reproduisant en elle comme singularité. Universel par l'universalité singulière de l'histoire humaine, singulier par la singularité universalisante de ses projets, il réclame d'être étudié simultanément par les deux bouts [...] ».

⁸⁷ « [...] La langue n'est pas seulement une donnée essentielle de la culture, c'est aussi un moyen d'accès aux manifestations de la culture [...] Les différentes cultures (nationale, régionale, sociale) auxquelles quelqu'un a accédé ne coexistent pas simplement côte à côte dans sa compétence culturelle. Elles se comparent, s'opposent et interagissent activement pour produire une compétence

compétences socioculturelle⁸⁸, pluriculturelle et interculturelle. Comme le signale Puren (2013 : 2), le CECRL conçoit la compétence à communiquer langagièrement comme « présentant plusieurs composantes : une composante linguistique, une composante sociolinguistique, une composante pragmatique. Chacune de ces composantes est posée comme constituée notamment de savoirs, d'habiletés et de savoir-faire⁸⁹ ». Ces composantes sont ensuite reprises et développées sous l'appellation de « compétences » mais elles n'en restent pas moins conçues comme des parties constitutives de la compétence de communication langagière :

« [...] Je ne vois vraiment pas pourquoi et comment on pourrait se passer pour la culture, qui est un objet au moins aussi complexe que la langue, d'un cadre conceptuel structuré de manière identique, afin de permettre ce que l'on appelle en logique une "définition par extension" : pour la culture aussi, il faut un concept générique – et ça ne peut être que "compétence culturelle" – et ensuite une liste des différentes composantes, dont feront forcément partie les composantes interculturelle et pluriculturelle, même si on les nomme "compétences"⁹⁰ [...] ».

C'est ainsi que Puren⁹¹ définit les composantes propres de la compétence culturelle (voir figure n° 16, p. 58) qui apparaît configurée en tant que macrostructure qui agglutine les différentes sensibilités dans le rapport à l'Autre.

pluriculturelle enrichie et intégrée dont la compétence plurilingue est l'une des composantes, elle-même interagissant avec d'autres composantes [...] ». Conseil de l'Europe (2001 : 12).

⁸⁸ Martín Peris (2008 : 101) affirme que « [...] La compétence socioculturelle est l'une des composantes de la compétence communicative décrites par différents auteurs. Elle fait référence à la capacité d'une personne à utiliser une langue déterminée en mettant en relation l'activité linguistique communicative avec certains cadres de connaissance propres à une communauté de parole ; ces cadres peuvent être partiellement différents de ceux d'autres communautés et intègrent trois grands champs : celui des références culturelles de toute sorte ; celui des routines et des usages conventionnels de la langue ; et celui des conventions sociales et des comportements ritualisés non verbaux⁸⁸ [...] le Cadre Européen Commun [...] établie jusqu'à sept domaines (*chapitre 5.1.1.2*, pp. 82-83) de caractéristiques distinctives d'une société qui peuvent être l'objet de la connaissance socioculturelle : la vie quotidienne ; les conditions de vie ; les relations interpersonnelles ; les valeurs, les croyances et les comportements ; le langage corporel ; le savoir-vivre ; les comportements rituels [...] ». Notre traduction. Le texte en espagnol est disponible à l'adresse http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/competenciasociocultural.htm (Date de consultation : 30/09/2017).

⁸⁹ Conseil de l'Europe (2001 : 17).

⁹⁰ Puren, *ibid.*

⁹¹ Puren, *ibid.*, p. 5.

Figure n° 16. Composantes de la compétence culturelle. Puren (2013 : 5).

COMPOSANTES	DÉFINITIONS	DOMAINE PRIVILÉGIÉ	ACTIVITÉS DE RÉFÉRENCE	
1. trans-culturelle	Capacité à retrouver, dans les grands textes classiques, sous la diversité des manifestations culturelles, le « fonds commun d'humanité » (É. Durkheim), celui qui sous-tend tout l'« humanisme classique » ou encore, actuellement, la « Philosophie des Droits de l'Homme », capacité à reconnaître son semblable dans tout être humain.	valeurs (universelles)	langagières	culturelles
			traduire	reconnaître
2. méta-culturelle	Capacité à mobiliser les connaissances culturelles acquises et extraire de nouvelles connaissances culturelles à propos/à partir de documents authentiques représentatifs de la culture étrangère, consultés en classe ou chez soi.	connaissances	parler sur (commenter)	repérer, analyser, interpréter, extrapoler, réagir, juger, comparer, transposer
3. inter-culturelle	Capacité à gérer les phénomènes de contact entre cultures différentes lorsque l'on communique avec des étrangers dans le cadre de rencontres ponctuelles, d'échanges, de voyages ou de séjours touristiques, en particulier en repérant les incompréhensions causées par ses représentations préalables de la culture de l'autre, et les mécompréhensions causées par les interprétations faites sur la base de son propre référentiel culturel.	représentations	parler avec (communiquer)	rencontrer, découvrir
4. pluri-culturelle	Capacité à gérer culturellement le vivre ensemble dans une société multiculturelle.	attitudes et comportements	activités de médiation	co-habiter
5. co-culturelle	Capacité à adopter et/ou créer une culture d'action commune avec des personnes de cultures différentes devant mener ensemble un projet commun.	conceptions		co-agir

Tous les processus de dérivation lexicale du mot culturel par le biais de suffixes (e.g., multi, pluri, inter, co ou trans) permettent de renforcer l'idée de cette complexité de ce concept :

- Multi : ce suffixe exprime la granularité du système. Le terme multiculturel fait allusion à la réalité d'une société composée de plusieurs groupes culturels dont la cohésion est maintenue en accord avec un certain nombre de valeurs et de normes. Il fait également allusion à la coexistence de plusieurs cultures dans une même société, dans un même pays ; il reste extérieur à l'individu et inculque une idée de divergence et de reconnaissance de la diversité sans recherche d'articulation⁹² ni de contact entre les différentes cultures :

⁹² (Totté, 2015 : 2).

« [...] Le multiculturalisme désigne les modalités d'aménagement des rapports entre groupes socioculturels à l'intérieur d'un État⁹³ [...] un système social où coexistent divers groupes socio-ethniques qui maintiennent leurs particularités respectives ; à la fois en raison du volontarisme des acteurs sociaux, préoccupés par la sauvegarde des identités distinctives, et en raison de l'impossibilité concrète de réaliser une intégration (ou leur assimilation) dans le corps social élargi⁹⁴ ».

Le concept de multiculturalité nous renvoie au concept de diversité culturelle⁹⁵ et, par ailleurs, met en lumière l'éventuelle existence d'un modèle universel de culture. Autrement dit, la multiculturalité pose la question des rapports de domination entre cultures ainsi que la portée de leurs valeurs morales, ce qui nous amène au concept de relativisme culturel :

« [...] chaque culture a son originalité et doit être étudiée sous cet angle ; elle est aisément identifiable et distincte des autres. Seul le contact des cultures pourrait venir altérer la pureté de chaque culture particulière et authentique [...] le relativisme culturel [...] valorise la diversité du patrimoine culturel de l'humanité [...] la valeur égale de toutes les cultures en refusant toute forme de hiérarchisation ou de suprématie [...] les diverses cultures ne doivent en aucun cas être jugées, car tout jugement reflète la culture à laquelle l'on appartient et ses préjugés [...] Si l'homme a tendance à considérer ses propres catégories comme universellement valables, il est primordial qu'il dépasse son ethnocentrisme et qu'il considère les autres cultures avec objectivité [...] L'apport du relativisme culturel réside donc dans la valorisation des différences et la sauvegarde de la spécificité de chaque culture, son volet éthique met en exergue l'impossibilité des jugements de valeurs qui imprégnaient le discours évolutionniste et la nécessité de voir la culture comme un système cohérent et autonome. Etant des entités relatives, les cultures ne peuvent pas servir d'étalon pour se comparer les unes aux autres [...] Étant des entités relatives, les cultures ne peuvent pas servir d'étalon pour se comparer les unes aux autres [...] ». (Meziani, 2012 : 84).

● **Pluri** : ce suffixe exprime une situation qui touche directement l'individu possédant deux cadres de références culturels ou plus. Le terme pluriculturel

⁹³ Tardif (2008 : 2013).

⁹⁴ Vinsonneau (2000 : 180).

⁹⁵ « "Diversité culturelle" renvoie à la multiplicité des formes par lesquelles les cultures des groupes et des sociétés trouvent leur expression. Ces expressions se transmettent au sein des groupes et des sociétés et entre eux. La diversité culturelle se manifeste non seulement dans les formes variées à travers lesquelles le patrimoine culturel de l'humanité est exprimé, enrichi et transmis grâce à la variété des expressions culturelles, mais aussi à travers divers modes de création artistique, de production, de diffusion, de distribution et de jouissance des expressions culturelles, quels que soient les moyens et les technologies utilisés ». UNESCO (2013 : 14).

inculque une idée de convergence, de carrefour, et touche directement l'individu ; c'est la résultante de cette diversité, mais dans la perspective d'une orientation générale commune et sans influence sur chacune de ces cultures⁹⁶ :

« [...] Le pluralisme culturel [...] comme projet politique vise à reconnaître le caractère socialement instituant de la culture à tous les échelons de l'activité humaine et à défendre non seulement le droit mais aussi la possibilité réelle, dans le respect des autres et de valeurs fondamentales soumises à la pensée critique, d'exercer ses choix individuels et collectifs dans des conditions suffisantes d'autonomie et sans contraintes ou conditionnements extérieurs déterminants, y compris la possibilité de produire et d'échanger ses diverses formes d'expression culturelle [...] Le pluralisme suppose la reconnaissance de modernités multiples ou d'un universalisme pluriel, ce qui pose évidemment problème aux apôtres qui prêtent à leur culture une vocation universelle intrinsèque qui traduit souvent un sentiment de supériorité à peine déguisé. Chaque culture, comme chaque individu, n'est jamais que le produit, toujours provisoire, de ses métamorphoses successives [...] ». Tardif (2008 : 214).

• Inter : ce suffixe met en évidence une mise en relation, un contact. Le terme interculturel souligne les interactions entre des groupes, des individus, des identités. Cette notion qualifie un processus⁹⁷, une dynamique, plutôt que des « états ».

« [...] A la différence du pluriculturel qui lui aussi envisage le dialogue et l'interaction mais en creux (presque par hasard), l'interculturel promeut la perspective que la rencontre dynamique des différences aboutissent à des constructions, éventuellement fragmentaires et fragiles mais marquant cependant une véritable différence avec les fractions culturelles de la rencontre desquels il est issu. Les interactions sont donc productives en ce sens qu'elles créent de l'inédit, du moins à l'échelle de chaque culture prise séparément [...] ». (Totté, 2015 : 4).

⁹⁶ Totté, *ibid.* pp. 2-3. Pour sa part, Abdallah-Pretceille (2004 : 174-175) parle de baroque culturel pour faire allusion à métissage inhérent à la culture : « [...] le "baroque culturel" est une invitation à sortir du piège identitaire, du récit sur les racines et les origines [...] le baroque, par son idée de juxtapositions d'une quantité d'éléments divers et variés, hors de tout ordonnancement systématique et rigide, illustre l'ambivalence actuelle du concept de culture [...] ». « [...] Le "baroque culturel" est une invitation à sortir du piège identitaire, du récit sur les racines et les origines. Entre les concepts de culture et de culturalité, il n'y a pas qu'un simple jeu sémantique mais le passage d'une analyse en termes de structures et d'états à celle de processus complexes et aléatoires [...] ». (Abdallah-Pretceille, 2011 : 95).

⁹⁷ « "Interculturalité" renvoie l'existence et à l'interaction équitable de diverses cultures ainsi qu'à la possibilité de générer des expressions culturelles partagées par le dialogue et le respect mutuel ». UNESCO (2013 : 15).

- Co : ce suffixe exprime la synergie, la négociation et le partage inculqué par le mot latin *cum* et, indirectement, la mise en valeur de l'altérité dans le processus de la construction sociale. Le terme co-culturel rend compte de cette perspective participative de la construction d'*ego* et d'*alter ego* :

« [...] (*les*) valeurs [...] ne s'acquièrent ni par l'enseignement (elles ne sont pas de l'ordre des connaissances) ni par le simple contact (elles ne sont pas non plus de l'ordre des représentations), mais par et pour l'action elle-même. Pour l'action : il n'y a ainsi de respect de l'autre que s'il y a volonté de le respecter et actes correspondants. Par l'action, comme l'explique par exemple É. DURKHEIM dans L'éducation morale : "Pour que la moralité soit assurée à sa source même, il faut que le citoyen ait le goût de la vie collective. Mais [...] pour goûter la vie en commun au point de ne pouvoir s'en passer, il faut avoir pris l'habitude d'agir et de penser en commun" (p. 197, je souligne) [...] Lorsque l'on travaille avec des "étrangers" [...] il ne peut plus s'agir seulement de gérer au mieux les phénomènes de contact (même permanent) entre des cultures différentes en étant conscient des représentations qui vont déterminer les perceptions, attentes, attitudes et comportements des autres et de soi-même : il faut, pour parvenir à faire ensemble, élaborer et mettre en œuvre une culture d'action commune dans le sens d'un ensemble cohérent de conceptions partagées : c'est très précisément ce processus qui constitue l'objet et l'objectif de ce que je propose d'appeler la "perspective co-culturelle" [...] ». (Puren, 2002 : 9).

- Trans : ce suffixe suppose un dépassement. Le terme transculturel renvoie à une idée qui va au-delà de la culture permettant d'accéder à un métaniveau. Il suppose le dépassement de la mise en dialogue. Il envisage les effets de l'interaction au sein de chacune des cultures et non plus seulement à leur carrefour⁹⁸.

« [...] Le "transculturel" peut signifier la traversée d'une culture à l'autre, que ce soit dans l'espace ou dans le temps : de la culture rurale à la culture urbaine, de la culture ouvrière à la culture bourgeoise, de la culture du Sud à celle du Nord, de la culture antique (latine ou grecque) à la culture moderne [...] En didactique des langues, ce peut être reconnaître la multiplicité interculturelle des possibilités de relations, d'échanges, de compréhension entre cultures-langues différentes. C'est alors la possibilité d'être à l'aise dans la mondialisation (devenir multilingue, cosmopolite, homme planétaire) [...] Aujourd'hui le transculturel semble être représenté principalement par un média, le média télévisuel [...] Autre média, le web, "média des medias", semble être considéré actuellement comme le média le plus libre et le plus réactif et par conséquent le plus

⁹⁸ Totté, *ibid.*

transculturel. Il favorise le libre accès à la connaissance, à travers les frontières des pays, des disciplines et des cultures. Mais ici encore la progression de la connaissance quantitative augmente au détriment de la connaissance qualitative [...] Ainsi, que le changement et la "traversée" soient vus de façon positive ou négative, il y a toujours plus ou moins de la "transgression" dans TRANS [...] ». (Forestal, 2008 : 394-395).

Comme le signale Puren (2008 : 12) Il est important de signaler que toute situation de communication interculturelle interpersonnelle comporte au moins deux cultures en présence (i.e., la culture de chaque interlocuteur / interactant) ainsi que des valeurs communes au nom desquelles ce contact va être recherché et maintenu par les interlocuteurs / interactants. De plus, ce contact va produire des connaissances réciproques ainsi que de nouvelles réponses culturelles. C'est pour cette raison que la communication interculturelle interpersonnelle est caractérisée par le multiculturel, le transculturel et le co-culturel : « on ne peut envisager en effet un contact prolongé à deux ou plus que si l'on se propose de faire quelque chose ensemble, que si l'on a un projet commun : la problématique de l'interculturel, dès le moment où le contact est pensé sur les modes duratif et collectif, se transforme en problématique du co-culturel⁹⁹ ».

⁹⁹ Puren, *ibid.*

1.2 Le concept d'interculturel et la compétence interculturelle

La dynamique configurationnelle de l'espace — provoquée par le processus historique de la mondialisation et amplifiée avec l'accentuation du flux migratoire des populations à partir de 1945 — s'est progressivement traduite par la complexification des rapports à l'Autre aussi bien du point de vue social que du point de vue psychologique. Face à cette complexité accrue, l'homme peut et doit développer des formes plus efficaces de réduction de la complexité (Luhmann, 2006 : 7). En effet, la (re)configuration des espaces au fil du temps a pour conséquence immédiate la mise à l'épreuve de la plasticité proxémique de l'altérité. Ambiguë et inéluctable (voir figure n° 14, p. 50), la présence de l'Autre dans le placenta identitaire de l'individu requiert toute notre attention :

« [...] Dans ce monde, nous serons sans cesse confrontés à un nouvel Autre qui, peu à peu, émergera du chaos et de la confusion de notre contemporanéité. Il se peut que cet Autre naisse de la confluence de deux courants opposés créant la culture du monde actuel : un courant qui globalise notre réalité et celui qui préserve nos différences, notre originalité et notre singularité. Il se peut qu'il soit le fruit et l'héritier de ces deux courants. C'est la raison pour laquelle nous devons nous employer à dialoguer avec lui et le comprendre [...] seule la bienveillance à son égard est susceptible de faire vibrer en lui la corde de l'humanité [...] Qui sera ce nouvel Autre ? Comment se passera notre rencontre ? Que nous dirons-nous ? Dans quelle langue ? [...] ». Kapuściński (2009 : 103).

La mondialisation porte en soi une dimension culturelle qu'il ne faut pas confondre avec une mondialisation de la culture. En effet, comme le signale Tardif (2008 : 203) :

« [...] (la) mondialisation de la culture [...] désignerait soit la diffusion élargie de pratiques culturelles, soit l'augmentation des échanges de biens culturels ou encore une uniformisation qui aboutirait à une sorte de culture mondiale. Un marché-monde ne crée pas une société-monde [...] La mondialisation culturelle modifie de façon structurante les conditions dans lesquelles s'opèrent les interactions entre les sociétés et leurs cultures. [...] Elles se déroulent désormais dans un nouvel écosystème communicationnel où sont mis en présence et en concurrence des visions du monde, des valeurs, les systèmes politiques, économiques et socioculturels qui expriment des préférences collectives différentes. [...] ». (Tardif, 2008 : 203).

La présence de l'Autre comme prérequis de la construction identitaire de l'individu est l'élément déclencheur de l'accroissement ainsi que de la réduction de la complexité sociale. L'Autre devient agent passif et actif de cette expérience individuelle. Par ailleurs, l'émergence d'un nouvel Autre qui apparaît sans cesse dans chaque contexte individuel ajoute une complexité additionnelle pour laquelle il faut trouver de nouvelles possibilités d'absorption. Comme le souligne Luhman¹⁰⁰, l'accroissement et la réduction de la complexité appartiennent à la structure du comportement humain à l'égard du monde : « la dimension sociale de l'expérience humaine accroît le potentiel de l'homme face à la complexité et, de ce fait, élargit le monde humain. L'existence d'un *alter ego* transforme l'environnement de l'homme en un monde de l'humanité ».

1.2.1 Altérité et communication

L'expérience de l'altérité fait émerger la différence et dans la différence se trouve ce qui est étrange : Чужая душа - тёмный лес¹⁰¹. Toutefois, comme le signale Kristeva¹⁰², « l'étrange est en moi, donc nous sommes tous des étrangers : si je suis étranger, il n'y a pas d'étrangers¹⁰³ ».

Lors de la confrontation à l'Autre, la langue devient un élément clé¹⁰⁴ qui détermine l'interaction : *Kolik řečí znáš, tolikrát jsi člověkem*¹⁰⁵. Chaque individu possède une ou plusieurs langues permettant de l'identifier et qu'il partage avec les membres de ses groupes d'appartenance. En effet, comme le souligne Blanchet (2007 : 23) :

¹⁰⁰ *Ibid.*, pp. 7-8.

¹⁰¹ (Notre traduction). L'âme d'un étranger est une immense forêt noire. Proverbe russe.

¹⁰² Kristeva, Julia (1988) : *Étrangers à nous-mêmes*, Fayard, Paris, France, p. 284 (cité par Sánchez Delgado, 2008 : 53).

¹⁰³ Cette idée est souvent mentionnée dans les études sur l'interculturel en prenant appui sur les poncifs qui apparaissent dans la célèbre chanson de Julos Beaucarne, « l'Étranger » (1987) : « Ton Christ est juif / Ta voiture est japonaise / Ton couscous est algérien / Ta démocratie est grecque / Ton café est brésilien / Ton Chianti est italien / Et tu reproches à ton voisin d'être un étranger [...] ». Disponible à l'adresse <https://youtu.be/QnE4wbqnzlQ> (Date de consultation : 30/09/2017).

¹⁰⁴ « *Mi lengua natal, ¿de qué / me sirve en tierras extrañas? / —Quiero beber. / (¡Un extranjero! ¿Le abro? / ¡Dios, lo que pide no sé! / ¡La fuente! — ¡Qué sed! — ¡Sin agua! / — ¡Quiero comer! / (¡Un extranjero! ¡Dios mío! / ¿Qué dice? Cierra. — No sé.) / ¡No hay de comer en la casa! / Lengua mía, ¿para qué / pedir en tierras extrañas?* » Rafael Alberti, *El alba del alhelí*, (1925).

¹⁰⁵ (Notre traduction). Autant de langues tu parles, autant de fois tu es un Homme. Proverbe chèque.

« [...] Si l'identité linguistique n'est qu'une composante des identités individuelles ou collectives, on admettra toutefois que les pratiques langagières sont au cœur des processus d'identification, en ce qu'elles inscrivent le sujet parlant dans des réseaux d'interactions. La langue est donc plus que le "véhicule" d'une identité : en permettant l'avènement du "soi" dans la sphère sociale, elle participe intimement de la construction identitaire du sujet individuel. Et en tant qu'objet social partagé, elle constitue une dimension spécifique de l'identité collective [...] La langue joue donc, dans les processus généraux de catégorisation, une fonction ethno-démarcative, à l'œuvre lorsque des langues différentes sont en contact, mais aussi entre des variétés d'une même langue [...] ».

La société démocratique prend ses racines dans l'activité communicationnelle des individus qui l'intègrent¹⁰⁶. En effet, la négociation entre *ego* et *alter ego* a pour objectif la prise en main de la complexité sociale et de sa réduction. L'interaction des individus qui configurent chaque société est à l'origine d'une compréhension intersubjective, grâce à laquelle les normes, les valeurs et les rôles de chacune des cultures sont mises en exergue. L'identité en tant que système dynamique sera donc caractérisée par « un processus interactif d'assimilation et de différenciation, où la définition de soi (i.e., *ego*) interfère constamment avec la définition de l'Autre (i.e. *alter ego*) » Lipiansky (1991 : 59).

Cette construction dialogique¹⁰⁷ avec autrui va déterminer notre identité, mais paradoxalement, la rencontre avec l'Autre est impossible sans une prise de conscience de soi-même, de sa propre identité culturelle. Comme le signale Meziani (2012 : 81) en situation de contact chacun se réfère à sa propre culture pour interagir avec l'Autre : « ces interactions sont propices à l'émergence des différences, clé du développement de la sensibilité culturelle lorsqu'elles ne se conjuguent pas avec le rejet mais amènent à une réflexion et interprétation instaurant connivence et compréhension ».

¹⁰⁶ Habermas, Jürgen (1992) : « *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats* » Franckfurt am Main, Suhrkamp, Allemagne.

¹⁰⁷ « [...] La culture est un ensemble de schèmes interprétatifs, c'est-à-dire un ensemble de données, de principes et de conventions qui guident le comportement des acteurs sociaux et constituent la grille d'analyse sur la base de laquelle ils interprètent les comportements d'autrui (comportement incluant les comportements verbaux, c'est-à-dire les pratiques linguistiques et les messages) [...] ». (Blanchet, 2007 : 22).

Le comportement langagier des individus est la principale source d'information dont ceux-ci disposent pour se forger une opinion sur autrui¹⁰⁸. Cela dit, leur comportement langagier, symptomatique d'une appartenance groupale, ne se traduit forcément pas par une même appartenance culturelle. En effet, la langue peut abriter plusieurs cosmovisions et, comme le signale Blanchet¹⁰⁹, dans ces situations, les enjeux interculturels sont les plus grands (voir figure n° 17, p. 71).

1.2.2 Définition du concept d'interculturel

Le concept d'interculturel est tributaire de celui de culture, ce qui justifie la difficulté de l'appropriation de son sens (voir figure n° 16, p. 58).

L'altérité devient inexorablement une expérience sensorielle. Lors de son périple vital, chaque individu remplira progressivement son propre « sac à dos expérientiel » avec les éléments identitaires qui vont lui permettre d'assurer son existence en fonction du contexte et des situations auxquels il sera confronté à l'Autre ; grâce à ces éléments identitaires la vie prend tout son sens dans la relation à celui-ci. Comme le signale Abdallah-Preteceille (1983 : 31), l'interculturel est une interaction entre deux entités qui se donnent mutuellement un sens dans un contexte à définir à chaque fois :

« [...] L'interculturel est donc d'abord une relation entre deux individus qui ont intériorisé dans leur subjectivité une culture, unique à chaque fois, en fonction de leur âge, sexe, statut social et trajectoire personnelle. On ne rencontre pas une culture mais des individus et des groupes qui mettent en scène une culture, comme le professionnel, lui-même porteur de culture, met en scène son système de valeurs et de normes dans l'interaction avec le client [...] L'accent doit être mis beaucoup plus sur le rapport entre *je* et *autrui*, entre le moi porteur de culture et de sous-cultures et ce que l'autre me renvoie de ce que je suis, jouant le rôle du miroir de ma propre identité. La différence est toujours par rapport à moi-même et non érigée de façon absolue¹¹⁰ [...] ». (Cohen-Émerique, 1993 : 72).

¹⁰⁸ Blanchet, *ibid.*, p. 24.

¹⁰⁹ Blanchet, *ibid.*

¹¹⁰ « [...] Or, autrui serait devant moi un en-soi et cependant il existerait pour soi, il exigerait de moi pour être perçu une opération contradictoire, puisque je devrais à la fois le distinguer de moi-même, donc le situer dans le monde des objets; et le penser comme conscience, c'est à dire comme cette sorte d'être sans dehors et sans parties auquel je n'ai accès que parce qu'il est moi et parce que celui qui pense et celui qui est pensé se confondent en lui. Il n'y a donc pas de place pour autrui et pour

Néanmoins, chaque culture étant le produit de l'interaction, certains chercheurs, comme Alber et De Pietro (1986 : 510), vont déplacer le focus d'analyse de l'individu vers le « champ interactif » :

« [...] L'interculturel revient à confronter des systèmes culturels différents et à en définir projectivement les modalités de la rencontre. Il s'agit de recenser des différences et des similitudes afin de prévoir les problèmes qui pourraient surgir au cours des contacts, mais aussi les conditions d'une rencontre réussie d'un enrichissement mutuel. Cette approche revient donc à considérer les cultures comme des systèmes constitués, clairement délimités et séparés les uns des autres [...] ».

Comme nous l'avons évoqué au chapitre précédent, les cultures ne sont pas statiques, et elles se nourrissent mutuellement, et leurs frontières sont semi-perméables et caractérisées par des phénomènes osmotiques¹¹¹ : dans la culture, à l'image de la matière¹¹², rien ne se perd, rien ne se crée, tout se transforme¹¹³, ce qui nous amène au concept d'évolutionnisme culturel selon lequel, chaque culture est le résultat d'un processus d'évolution permanent :

« [...] il nous faut introduire une nouvelle limitation, sinon à la validité, tout au moins à la rigueur de la distinction entre histoire stationnaire et histoire cumulative. Dans le cas des inventions techniques, il est bien certain qu'aucune période, aucune culture, n'est absolument stationnaire. Tous les peuples possèdent et transforment, améliorent ou oublient des techniques suffisamment complexes pour leur permettre de dominer leur milieu. Sans quoi ils auraient disparu depuis longtemps. La différence n'est donc jamais

une pluralité de consciences dans la pensée objective [...] Il y a [...] un objet culturel qui va jouer un rôle essentiel dans la perception d'autrui : c'est le langage. Dans l'expérience du dialogue, il se constitue entre autrui et moi un terrain commun, ma pensée et la sienne ne font qu'un seul tissu, mes propos et ceux de l'interlocuteur sont appelés par l'état de la discussion, ils s'insèrent dans une opération commune dont aucun de nous n'est le créateur [...] ». (Merleau-Pontu, 1945 : 401-407).

¹¹¹ Demorgon (2000b : 35-40) évoque par ailleurs les greffes, les hybridations et les crases comme moyens d'interculturalité. Par ailleurs, Abdallah-Pretceille (1996) souligne que la culturalité rend compte de l'aspect alvéolaire et mouvant des cultures et des phénomènes de mutations consécutifs au contact des cultures. En effet, toute culture évolue en interaction avec d'autres cultures.

¹¹² Loi de Lavoisier-Lomonsov (1789).

¹¹³ « [...] La culture d'un groupe, si l'on en croit l'anthropologue, n'est autre que l'inventaire de tous les modèles sociaux du comportement ouvertement manifestés par tout ou partie de ses membres. Le lieu de ces processus, dont la somme constitue la culture, n'est pas la communauté théorique qu'on appelle la société ; la « société » est en vérité un vocable culturel que des individus en position de relations réciproques utilisent pour s'expliquer certaines formes de leur propre comportement. Le véritable lieu de la culture, ce sont les interactions individuelles et, sur le plan subjectif, l'univers de significations que chacun peut se construire à la faveur de ses relations avec autrui [...] ». (Sapir, 1921 : 44).

entre histoire cumulative et histoire non cumulative ; toute histoire est cumulative, avec des différences de degré [...] ». (Lévi-Strauss, 1978 : 13).

C'est ainsi que dans l'interaction menée entre *ego* et l'*alter ego* la définition du soi va se forger. Cette interaction est inexorable dans la mesure où les processus de socialisation¹¹⁴ et d'enculturation¹¹⁵ sont à la base de la forge de l'être-soi. De plus, l'activité communicationnelle ainsi générée va se traduire par la mise en œuvre des stratégies de coopération afin d'atteindre une coexistence pacifique entre les parties impliquées¹¹⁶. Proposé par l'anthropologue étasunien Murdock, le concept d'interculturel apparaît dans les années trente du siècle dernier. En effet, il développe le concept de *cross-cultural survey*, un projet de l'*Institute of Human Relations* de l'université de Yale, qui s'est traduit ultérieurement par l'indice HRAF¹¹⁷. Mais c'est grâce aux travaux de Hall (1956, 1966) que le concept d'interculturel a fait l'objet d'une reconnaissance internationale.

En France, le concept d'interculturel est apparu pour la première fois en 1975 lors des premières discussions qui ont eu au Conseil de l'Europe autour de certains principes comme le dialogue interculturel ou le refus de l'ethnocentrisme¹¹⁸. Quelques années plus tard, en 1980, le concept va être utilisé sous forme d'adjectif ou de substantif par l'UNESCO et en 1983 par le Conseil de l'Europe ; ils soulignent « la formation des enseignants à une éducation pour la compréhension interculturelle, la nécessité d'aborder les migrations selon une approche interculturelle, d'inclure la dimension interculturelle, ou encore de favoriser

¹¹⁴ « Dynamique évolutive par laquelle, tout au cours de son existence, l'individu tisse des liens avec son environnement social, en vue de s'approprier les statuts et les rôles qui lui sont prescrits et/ou qu'il convoite face à autrui au sein des divers groupes constitutifs de la société élargie ». (Vinsonneau, 2000 : 181).

¹¹⁵ « Appropriation par l'individu, tout au long de son existence, des éléments de(s) culture(s) au sein de laquelle (desquelles) il évolue. Les corps, les esprits et les dynamiques identitaires et psychosociales prennent forme au cours de l'enculturation, opération qui permet à chacun de reconnaître, de sélectionner, d'interpréter, de valoriser différemment, de reconstruire... l'infinie étendue des stimuli que la (les) culture(s) met(tent) incessamment à sa disposition ». (Vinsonneau, *ibid.* p. 178).

¹¹⁶ Demorgon (1989 : 30).

¹¹⁷ « [...] HRAF (*Human Relations Area Files*) est une base de données ethnographiques [...] qui regroupe les documents ethnographiques sur un échantillon d'environ 360 « unités culturelles », choisies de façon à représenter au mieux l'ensemble de la diversité des sociétés du globe [...] Ces catégories sont considérées comme comparables à travers les différentes sociétés parce que elles portent sur des réponses culturelles à des besoins essentiels, qui existent pour toutes les sociétés humaines ». (Dasen, 2000 : 110).

¹¹⁸ Lesire, 2015.

l'éducation et la formation interculturelles¹¹⁹ ». Comme le signale Cohen-Émerique (2013 : 5), il se rapporte à un processus dynamique de rencontres et de communication plus ou moins réussies, quel que soit le domaine dans lequel il a lieu. Quant à l'Espagne, les études sur l'interculturel ont commencé dans les années 90 motivés par l'intégration sociale des minorités ethniques et des migrants ainsi que par la cohabitation culturelle et linguistique des communautés autonomes historiques.

Deux courants théoriques vont donc aborder le concept d'interculturel ; nous les avons synthétisés prenant appui sur les travaux de Frame (2013 : 23-25) (voir tableau n° 3).

Tableau n° 3. Approches anglophone et francophone du concept d'interculturel. Notre élaboration.

	Tradition anglophone	Tradition francophone
Centres d'intérêt	<ul style="list-style-type: none"> Analyses comparatives de styles de communication culturellement déterminées. Effets d'immersion dans une autre culture. Notion de compétence interculturelle. Complexité de la dynamique interculturelle. 	<ul style="list-style-type: none"> Prise en compte de l'altérité à travers les phénomènes de catégorisation, de stéréotypie, de représentations sociales et de relations intergroupes. Priorité aux aspects processuels et systémiques de la communication interculturelle, souvent abordée à travers la psychologie intrasubjective.
Sources	<ul style="list-style-type: none"> Sociologie de Talcott Parsons (1951). Sociologie d'Edward Hall. École de Palo Alto. 	<ul style="list-style-type: none"> Psychologie sociale. Philosophie (Ricoeur, Todorov) Chercheurs d'inspiration paloaltiste à sensibilité linguistique, sémiotique ou anthropologique.
Approche	<ul style="list-style-type: none"> Tendance à assimiler la communication interpersonnelle interculturelle à une affaire de comparaison de systèmes de communication propres aux sociétés dont proviennent les individus concernés. L'individu est réduit à un ensemble de traits culturels idéalisés, homogènes, pour tous les membres d'une culture. Ces traits occultent la complexité à la fois de l'individu et des dynamiques communicationnelles observables dans les interactions. La culture est un processus social. 	<ul style="list-style-type: none"> Critique de l'approche comparative à l'américaine. Façon dont les individus élaborent des logiques actoriales pour se positionner par rapport à l'Autre dans un contexte multiculturel. Rejet du concept de culture nationale homogène applicable à l'ensemble des membres d'un groupe national. Construction dynamique des identités dans les interactions qui repose sur l'appartenance "ethnico-nationale" de l'individu (ce qui est réductionniste). Dimension symbolique de la culture.
Chercheurs	<ul style="list-style-type: none"> Michael Harris Bond William Gudykunst Geert Hofstede Young Yun Kim Ron Scollon Suzanne Scollon Helen Spencer-Oatey Stella Ting-Toomey Fons Trompenaars 	<ul style="list-style-type: none"> Carmel Camilleri Jacques Demorgon Abdellah-Preteceille Claude Canet Pierre Dasen Jean-René Ladmiral Edmond Marc Lipiansky Tania Ogay Louis Porcher

¹¹⁹ Dehalu, Pierre (2006) : Quand l'Europe découvre l'interculturel, in L'Agenda Interculturel, n° 246, pp. 23-24.

L'altérité étant au cœur de l'interculturel, le processus de reconnaissance d'une altérité différente culturellement requiert des interactants la prise en compte de la culture subjective de chacun, puis l'interaction entre eux et, enfin, la prise en compte des différences de statut social, économique et politique. Ces trois paramètres rendent le processus complexe et compliqué ; il ne suffit pas de partager la même origine ethnique (i.e., connaissance du dedans) ou connaître la culture de l'Autre (i.e., connaissance objective) car, comme le signale Cohen-Émerique (1993 : 73) s'y limiter exclut la prise en compte de la complexité du contact interculturel.

1.2.3 La communication interculturelle

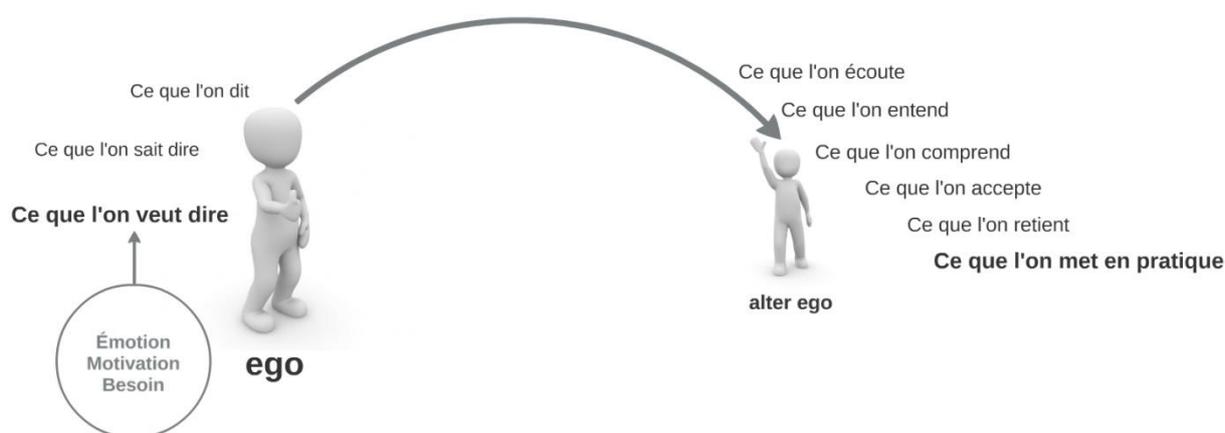
Dans ses débuts, les études de communication interculturelle ont été conditionnées par l'analyse de la communication interpersonnelle (voir figure n° 17, p. 71). En effet, comme nous l'avons signalé à l'introduction, le monde a subi une profonde transformation à partir de 1945. Cette transformation a mis en évidence le besoin de communication parmi les différents peuples et cultures. Toutefois, le contexte historique de la Guerre Froide et la domination hégémonique des États-Unis ont favorisé l'influence de ce pays au niveau international, et ce malgré les critiques et les mises en garde faites par des chercheurs du « tiers-monde » au sujet des théories de la dépendance¹²⁰ et de l'impérialisme. C'est dans ce contexte-ci que les membres du corps diplomatique étasunien ont bénéficié d'une série de formations linguistiques et anthropologiques en vue de les sensibiliser à cet égard¹²¹. La communication interculturelle devient ainsi un instrument stratégique majeur (Rodrigo, 1995 : 1).

¹²⁰ « [...] variation sur le concept d'impérialisme économique, associé au courant marxiste, développé dans les années 1960 en Amérique latine. Cette théorie est un cadre structurel d'interprétation possible permettant d'expliquer les conditions du développement économique à la périphérie du système capitaliste [...] Selon cette théorie, la dépendance prend plusieurs formes (commerciale, financière, technologique, culturelle, sociale, etc.). Elle est inhérente au modèle capitaliste, puisque le centre du développement mondial, soit les grandes puissances économiques comme les États-Unis, puisent les ressources de la périphérie afin d'en tirer profit. Le monde dit "développé" est donc perçu comme responsable des difficultés d'insertion des économies périphériques aux grandes économies de marché; le sous-développement apparaît ainsi comme une conséquence de la dépendance. La situation économique-politique de l'Amérique latine et de l'Afrique a été lue à travers le prisme de la théorie de la dépendance. Les caractéristiques les plus souvent énumérées sont: mono-industrie, détérioration des termes d'échange, soumission des régimes politiques aux impératifs du Nord. La liste des auteurs ayant participé à ce courant de gauche est imposante [...] ». Informations recueillies de l'adresse <http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMDictionnaire?idictionnaire=1685> (Date de consultation : 30/09/2017).

¹²¹ Martín Peris (2008 : 109).

Dans les années 50, l'anthropologue étasunien Edward Hall s'intéresse à la communication interculturelle ; il publiera son livre *The Silent Language*¹²² neuf ans plus tard, où l'expression communication interculturelle apparaît pour la première fois. Cette publication marquera également le début des études interculturelles en dehors du domaine gouvernemental¹²³.

Figure n° 17. L'acte de communication interpersonnelle. Notre élaboration¹²⁴.



Dans les années 60, les études de la communication interculturelle ont connu une relance en raison du contexte socio-politique. De plus, la création des « Peace Corps » en 1961 a augmenté l'intérêt pour la communication efficace avec d'autres cultures ; il fallait aider les volontaires de ce programme dans leur adaptation aux pays où se déroulaient leurs missions¹²⁵. C'est ainsi que la communication interculturelle s'est affirmée comme discipline académique aux États-Unis dans les années 70 ; cette discipline avait pour objet d'étude principal (voire exclusif) le processus de la communication interpersonnelle, et ce au détriment de la communication des mass-médias.

¹²² Disponible à l'adresse https://monoskop.org/images/5/57/Hall_Edward_T_The_Silent_Language.pdf (Date de consultation : 30/09/2017).

¹²³ Martín Peris, *ibid.*

¹²⁴ Cette schématisation de l'acte de communication fait appel à la conception de la langue par Derrida pour qui il y aurait un ordre logique et chronologique dans l'acte de communication : d'abord on pense, puis on parle et, enfin, on écrit. L'écriture est un système de notation qui ne note pas tout et qui ne pense pas puisque ce système ne fait que noter. Images libres de droit. Source : <https://search.creativecommons.org/>

¹²⁵ Cohen-Émerique (2013 : 4).

Une nouvelle approche pluridisciplinaire menée dans les années 80 a permis de déterminer les différents axes d'analyse de ce concept (i.e., la communication interculturelle ¹²⁶ , la communication transculturelle ¹²⁷ , la communication internationale¹²⁸ et la communication de masse comparée¹²⁹) (Rodrigo, *ibid.*, p. 2). En tout état de cause, la communication interculturelle fait actuellement allusion à la communication interpersonnelle produite entre individus et à la communication médiée (i.e., communication entre les mass-médias et les membres d'une société ¹³⁰) ; elle présente donc deux dimensions fondamentales : la fonction cognitive et la fonction de médiation :

« [...] il s'agit de saisir la communication interculturelle comme phénomène à l'intérieur duquel se définissent et se délimitent réciproquement la médiation dont l'unité de base est le signe et la culture dont l'unité de base est la forme symbolique [...] ». (Bratosin, 2002 : 5).

La communication interculturelle est une complexification de la communication interpersonnelle en raison de la place importante donnée aux différences culturelles dans le cadre de références¹³¹. La communication interculturelle invite donc à un questionnement sur la culture de l'Autre aussi bien que sur sa propre culture. Ce questionnement identitaire agit comme démarche thérapeutique dans la prise de conscience du « je » des interactants en dehors de leur zone de confort respective. La communication interculturelle devient ainsi un réseau de formation d'intersubjectivités situées et, de ce fait, un mécanisme de réduction de la complexité sociale :

¹²⁶ Notre traduction. « La "communication interculturelle" est la communication interpersonnelle entre des peuples ayant des systèmes socioculturels différents et/ou la communication entre les membres de différents sous-systèmes (par exemples, des groupes ethniques) à l'intérieur du même système socioculturel (Rodrigo, *ibid.*).

¹²⁷ Notre traduction. « La "communication transculturelle" (*cross-cultural*) est la comparaison entre les formes de communication interpersonnelle de différentes cultures. Il ne s'agit pas d'analyser les interrelations mais de comparer les différences parmi les formes de communication propres à chaque culture (Rodrigo, *ibid.*).

¹²⁸ Notre traduction. « La "communication internationale" fait référence aux études des relations internationales dans le domaine de la communication des mass-médias. L'ordre international de l'information et la communication serait abordé sous la perspective de la politique économique des médias. (Rodrigo, *ibid.*),

¹²⁹ Notre traduction. « La "communication des masses comparée" est centrée aussi bien sur le traitement différencié de l'information d'un même événement sur les médias de différents pays que sur les effets provoqués par le même type de programme à chaque pays » (Rodrigo, *ibid.*).

¹³⁰ Martín Peris, *ibid.*

¹³¹ Cohen-Émerique (2013 : 6).

« [...] La communication interculturelle est profondément polyphonique [...] Les relations interculturelles sont comprises alors non seulement comme rapports avec des locuteurs appartenant à une autre communauté, mais aussi comme questionnement et construction de dialogue avec et à l'intérieur des cultures. Il s'agit de développer une relation avec l'Autre et ses cultures, d'apprendre à outrepasser les frontières réelles ou celles que nous nous donnons nous-mêmes [...] quand l'objet de notre discours est un phénomène culturel, il devient nécessaire de nous rendre compte des points de vue, des appréciations et des opinions que nos interlocuteurs y attachent dans leurs cultures d'appartenance. Les expliciter au sein de notre propre culture est aussi important que les découvrir dans celle de l'Autre [...] ». (Andreeva-Sussin, 2009 : 42).

En outre, Cohen-Émerique (2013 : 6) met en lumière l'importance des études sur la communication interculturelle dans un contexte professionnel. En effet, en spécifiant les interactants et leurs rôles respectifs, la communication interculturelle interpersonnelle devient un outil précieux au service de l'entreprise :

« [...] Le professionnel a été considéré à la fois, comme l'émetteur d'un message au client et le récepteur du message de ce dernier. En tant qu'émetteur, il construira son message, à partir de ses cadres de références qui sont constitués de variables professionnelles, sociales et personnelles. De même en tant que récepteur du message de l'autre, ses cadres de références lui serviront d'arrière-plan aux significations qu'il attribuera au message reçu. C'est ainsi qu'il met en œuvre les fondements de la relation d'aide : écouter l'autre et le comprendre dans un climat de confiance et de respect, tant à l'occasion des démarches entreprises en commun que dans le secret de l'entretien. Néanmoins, si les cadres de références ne coïncident pas, cette écoute sera pleine de "malentendus", et apparaîtront des blocages dans cette relation [...] ».

La communication interculturelle représente un premier pas susceptible de déblayer le chemin caillouteux de l'acceptation et de la compréhension mutuelles¹³², dont l'aboutissement est le dialogue interculturel¹³³. En effet, le dialogue interculturel

¹³² Le choc culturel est une expérience individuelle définie par une « réaction émotionnelle et intellectuelle apparaissant chez les personnes qui, placées par occasion ou profession hors de leur contexte socioculturel, se trouvent engagés dans l'approche de l'étranger. Elle peut être vécue soit sur un mode négatif comme une réaction de dépaysement, de frustration, de rejet de révolte et d'anxiété, soit sur un mode positif comme une réaction de fascination, d'enthousiasme ». Cohen-Émerique (2013 : 8).

¹³³ D'après Battaini-Dragoni, « le dialogue interculturel est un échange de vues, ouvert, respectueux et basé sur la compréhension mutuelle, entre des individus et des groupes qui ont des origines et un patrimoine ethnique, culturel, religieux et linguistique différents. Il s'exerce à tous les niveaux – au sein

est la plateforme du « nous¹³⁴ », un processus qui va au-delà de l'échange de vues entre interlocuteurs / interactants appartenant à des communautés différentes :

« [...] un lien entre nous et nos concepts, notions ou représentations. Chaque culture est déjà dialogue, ce dialogue est un mode d'existence de la culture, de la communication et de l'identité [...] Le premier axe de ce dialogue s'installe dans une interaction entre celui qui parle et l'objet dont il parle : dans notre discours, nous découvrons l'objet qui est déjà pénétré par les idées, les points de vue, les appréciations, les définitions d'autrui. Le deuxième axe a trait aux rapports avec l'interlocuteur : dans une situation discursive, le discours est directement tourné vers le discours-réponse, il provoque cette réponse et va à sa rencontre [...] ». (Andreeva-Sussin, 2009 : 42).

Néanmoins, le dialogue interculturel requiert de chaque interlocuteur l'acceptation et la compréhension de l'Autre aussi bien dans ses différences que dans ses ressemblances en vue de négocier un parcours de découverte réciproque¹³⁵. L'approche interculturelle est, de ce fait, un processus dynamique et dialectique¹³⁶ cherchant un consensus qui admet les différentes manières de voir et de penser en luttant contre l'ethnocentrisme¹³⁷ (Meziani, 2012 : 91).

Comme nous l'avons signalé *supra*, la construction dialogique avec autrui va déterminer l'identité de chaque individu et participera à la prise de conscience de sa propre identité, un double processus de décentration et de découverte d'un autre cadre de références qui cristallisera sous forme d'ipséité. En outre, les rapports proxémiques à l'autre peuvent activer des mécanismes de défense en fonction de la place occupée par les sujets (i.e., asymétrie / symétrie) ou le consensus mutuel atteint (e.g., divergence / convergence). Chaque individu participe ainsi à la

des sociétés, entre les sociétés européennes et entre l'Europe et le reste du monde » (Conte, 2010 : 18).

¹³⁴ Comme le soulignent Marina et De la Válgoma (2000), lorsque les cultures se libèrent de la misère extrême, de l'ignorance, de la peur, du dogmatisme et de la haine à la tribu voisine, toutes les sociétés tendent vers un cadre de protection politique et de défense des droits de l'homme.

¹³⁵ Andreeva-Sussin, *ibid*, p. 46.

¹³⁶ Cohen-Émerique (1993 : 76).

¹³⁷ Concept proposé par sociologue Sumner en 1906 dans son livre « *Folkways, a study of the sociological importance of usages, manners, customs, mores, and morals* » disponible à l'adresse [<https://archive.org/stream/folkwaysstudyofs00sumnuoft#page/12/mode/2up>] (Date de consultation : 30/09/2017). L'ethnocentrisme est une « disposition générale consistant, chez un acteur social individuel ou collectif, à rapporter uniformément à soi les événements concernant autrui ; de sorte que le soi ou le groupe d'appartenance s'érige en prototype : modèle, globalement positif, auquel autrui est comparé, toujours en sa défaveur et au bénéfice du sujet ». Visonneau, *op.cit*, p. 179.

configuration de sa matrice de références¹³⁸ en vue de réduire la complexité sociale¹³⁹ puisque, comme l'affirme Luhmann (2006 : 7), l'accroissement et la réduction de la complexité appartiennent toutes deux, en tant qu'aspects complémentaires, à la structure du comportement humain à l'égard du monde. C'est ainsi que le langage apparaît comme système permettant de réduire la complexité sociale.

Ce tissu matriciel des références de l'individu est élaboré à partir de filtres de distorsions qui sont à la base des sources de malentendus interférant dans la relation et dans la communication interculturelle¹⁴⁰ ; l'approche interculturelle apporte ainsi des mécanismes de réduction de la complexité sociale (e.g., la décentration, se méfier de ses premières impressions, faire émerger les valeurs implicites, réfléchir sur ses présupposés, pénétrer dans le système de l'autre, la communication non verbale, trouver un espace commun de négociation et de médiation). La communication interculturelle devient ainsi un carrefour d'analyse interdisciplinaire où toutes ces problématiques « périphériques » seront représentées¹⁴¹ (voir figure n° 18, p. 76).

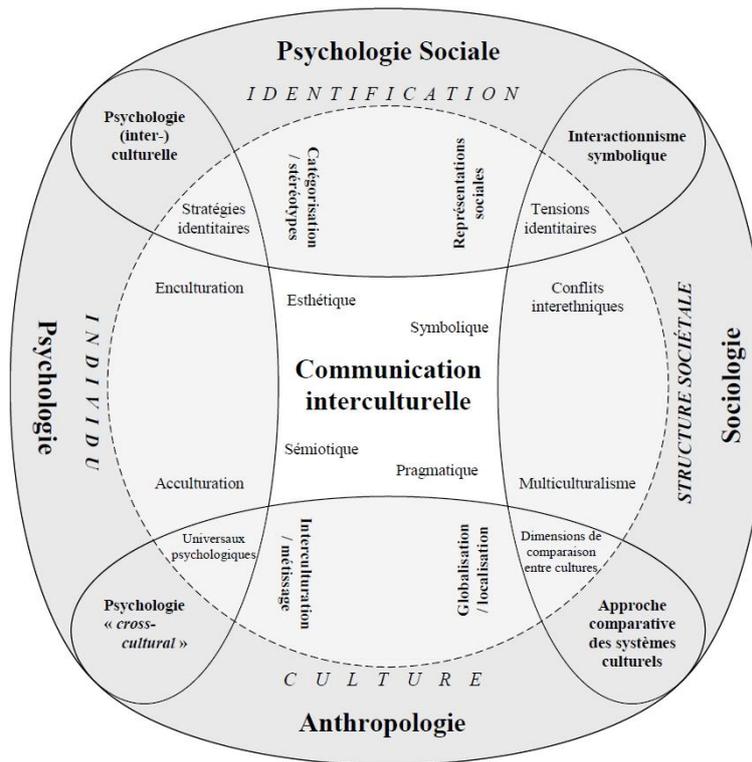
¹³⁸ « [...] les cultures doivent d'abord être considérées non comme des produits du passé en voie de disparition mais comme des matrices d'action et de pensée qui se testent en fonction des contraintes nouvelles ». Demorgon (2000a : 10).

¹³⁹ « [...] la projection du monde et l'identité propre [*de l'homme*], deviennent toutes deux parties intégrantes de sa propre structure systémique ainsi que des principes de son comportement dans la mesure où il fait l'expérience d'autres hommes qui font une expérience factuelle de ce qui n'est pour lui que possibilité, lui communiquant ainsi le monde, et qui l'identifient en même temps comme objet de telle sorte qu'il peut adopter leur perspective et s'identifier lui-même [...] Cette conservation de l'ouverture du monde et l'identification du sens et de l'être-soi dans le monde ne sont donc possibles qu'au moyen d'une toute nouvelle dimension de la complexité : celle de l'ipséité vécue (perçue) et subjectivement comprise de l'autre homme. Ce dernier possède un accès originel au monde, il peut faire une toute autre expérience que la mienne et il peut ainsi m'insécuriser radicalement. Au-delà de cette plénitude d'objets objectivement différents et au-delà de la potentialisation de cette diversité par leur changement dans le temps, la complexité dans le monde s'accroît davantage à travers la dimension sociale qui fait prendre conscience de l'autre homme non seulement en tant que chose, mais comme un autre Je. Cette complexité supplémentaire rend donc nécessaires de nouveaux mécanismes de réduction de la complexité. Parmi ceux-ci, on retrouve évidemment le langage et la conscience de soi ouverte à la réflexion en tant que mécanismes de généralisation et de sélectivité [...] ». (Luhmann, *ibid.*, 3-6).

¹⁴⁰ Ces filtres sont constitués par des stéréotypes (*paradigme cognitif*), des préjugés (*paradigme attitudinal*), des valeurs et des normes culturelles de chaque individu, les présupposés et idéologies de chaque individu concernant la différence, les modèles professionnels de chaque individu et missions institutionnelles. Cohen-Émerique, *ibid.*

¹⁴¹ Frame (2008 : 17).

Figure n° 18. Le champ de la communication interculturelle. Frame (2008 : 16).



Pour Ting-Toomey (1999), la communication interculturelle requiert de deux acteurs ou plus (personnes physiques ou morales) originaires de cultures différentes (origine ethnique) se trouvant dans une interaction pour négocier un signifié commun¹⁴².

1.2.4 La compétence interculturelle

Perçue comme processus, l'activité communicationnelle menée par les individus permet au locuteur-auditeur de développer une capacité :

« [...] la capacité [...] à saisir, à comprendre, à expliquer et à exploiter positivement les données pluriculturelles ou multiculturelles dans une situation de communication donnée. Cette capacité n'implique pas une simple connaissance descriptive des cultures ou une simple connaissance des faits de civilisation mais une maîtrise de la situation de communication dans sa globalité, dans sa complexité et dans ses multiples dimensions (linguistique, sociologique, psychologique...et culturelle) [...] ». Abdallah-Preteceille (1996 : 29).

¹⁴² Ting-Toomey, Stella (1999) : *Communicating across cultures. The Guilford communication series, The Guilford Press, New York, États-Unis*. Cité en Schoeffet et Gariazzo-Dessiex (2011 : 4).

La compétence interculturelle rend compte du niveau de maîtrise procédurale de l'activité communicationnelle menée par un individu lors d'une interaction interpersonnelle interculturelle. Comme l'explique Marie-Françoise Narcy-Combes (2009 : 103-104), la connaissance de soi et de ses propres conditionnements culturels fait partie du processus qui permet aux êtres humains d'aller vers l'autre sans toutefois renoncer à leur propre identité, en pleine connaissance de leur place dans l'organisation sociétale :

« [...] La compétence interculturelle implique de savoir repérer les comportements des individus, de construire des savoirs sur ces comportements et de produire une action efficace. Cette compétence est unique et universelle, mais les performances varient en fonction du contexte. Il est en effet nécessaire de construire des savoirs sur les autres cultures et sur la sienne propre également. Construire le recul interculturel implique de pouvoir comprendre la logique des événements, les relations causales liées aux processus socioculturels et connaître les éléments historiques qui ont conditionné leur perception¹⁴³ [...] ».

En effet, il ne s'agit pas seulement de prendre en compte la connaissance de soi et de ses propres conditionnements culturels. Il faut également prendre en considération d'autres paramètres qui vont intervenir dans le processus d'acquisition de la compétence interculturelle, tels que la connaissance de l'autre et de sa culture, la prise de conscience des possibles différences entre interlocuteurs / interactants ainsi que la prise en compte de l'interaction.

Plusieurs modèles ont été proposés pour rendre compte du processus d'acquisition de la compétence interculturelle. En effet, Bennett¹⁴⁴ (1986) est à l'initiative d'un outil d'analyse appelé DMIS (*Developmental Model of Intercultural Sensitivity*). Par le biais de cet outil, l'auteur suggère six étapes de construction de compétence interculturelle dans un continuum centrée sur la perception de l'autre et de la différence. D'abord, l'individu est confronté à une phase ethnocentrée où il cherche à éviter la différence, et qui sera caractérisée par une étape de déni (l'autre n'existe pas), puis une étape défensive (l'autre existe et sa culture représente un danger potentiel) et, enfin, une étape de minimisation (l'autre existe et sa culture ne

¹⁴³ Narcy-Combes, *ibid.*, p. 96.

¹⁴⁴ Bennett, Milton (1986) : *A developmental approach to training for intercultural sensitivity*. International Journal of Intercultural Relations 10/ n°2, États-Unis, pp. 179-95.

représente pas un danger). Dans un deuxième temps, ce même individu est confronté à une phase ethnorelative caractérisée par une étape d'acceptation (il n'est plus ethnocentré et porte un intérêt particulier à la culture de l'autre), puis une étape d'adaptation (celui-ci commence à interagir avec la culture de l'autre, il commence à expérimenter) et, enfin, une étape d'intégration (l'individu intègre en soi des éléments de la culture de l'autre)¹⁴⁵.

Le modèle de Howell¹⁴⁶ (1982) est centré sur les différentes étapes de développement des compétences lors de l'interaction. En effet, il propose quatre étapes jouant sur deux paramètres : inconscience à la conscience : l'individu est inconscient qu'il est incompetent ; ensuite l'individu prend conscience de son incompetence ; puis l'individu commence à prendre conscience qu'il devient de plus en plus compétent ; enfin, l'individu est inconscient qu'il est compétent¹⁴⁷.

Dans le domaine de la didactique des langues étrangères, Martín Peris (2008 : 97-98) évoque trois étapes : un niveau monoculturel (l'apprenant observe la culture étrangère en prenant appui sur les limites interprétatives de sa propre culture ; un niveau interculturel (l'apprenant adopte une position intermédiaire entre sa propre culture et la culture étrangère, ce qui lui permet de faire des comparaisons entre elles) ; enfin, un niveau transculturel (vis-à-vis des cultures en contact, l'apprenant atteint la distance adéquate pour assurer la fonction de médiateur entre elles).

Le CECRL évoque la compétence interculturelle dans ses premières lignes, quand allusion est faite aux niveaux communs de référence¹⁴⁸. Pourtant, rien n'est explicité ni développé dans le CECRL à cet égard, et ce malgré la perspective privilégiée par celui-ci :

« [...] La perspective privilégiée ici est, très généralement aussi, de type actionnel en ce qu'elle considère avant tout l'utilisateur et l'apprenant d'une langue comme des acteurs sociaux ayant à accomplir des tâches (qui ne sont pas seulement langagières) dans des

¹⁴⁵ Cité en Schoeffet et Gariazzo-Dessiex, *ibid.*, pp. 9-10.

¹⁴⁶ Howell, William (1982) : *The Empathic Communicator*. Wadsworth Pub. Co, États-Unis.

¹⁴⁷ Cité en Schoeffet et Gariazzo-Dessiex, *ibid.*, pp. 11-13.

¹⁴⁸ Chapitre 3.2, p. 25.

circonstances et un environnement donnés, à l'intérieur d'un domaine d'action particulier. Si les actes de parole se réalisent dans des activités langagières, celles-ci s'inscrivent elles-mêmes à l'intérieur d'actions en contexte social qui seules leur donnent leur pleine signification. Il y a « tâche » dans la mesure où l'action est le fait d'un (ou de plusieurs) sujet(s) qui y mobilise(nt) stratégiquement les compétences dont il(s) dispose(nt) en vue de parvenir à un résultat déterminé. La perspective actionnelle prend donc aussi en compte les ressources cognitives, affectives, volitives et l'ensemble des capacités que possède et met en oeuvre l'acteur social [...] ». (CECERL, 2000 : 15).

À la lumière du vide existant au sujet de la compétence interculturelle au CECRL, le projet européen LOLIPOP¹⁴⁹ (2007) a participé à l'élaboration d'une grille de descripteurs de la compétence interculturelle par niveau de compétences du CECRL (Cf. annexe n° 2, pp. 461-463) où des descripteurs de réussite ont été identifiés pour les savoirs, les savoirs faire, les savoir-être et les savoir s'engager.

¹⁴⁹ <http://lolipop-portfolio.eu/index.html> (Date de consultation : 30/09/2017).

1.3 La Confiance Interculturelle

Le processus de la mondialisation est devenu la grande scène internationale où les principaux acteurs culturels jouent la pièce imperfective du pluralisme sur la place publique de nos écrans virtuels, une pièce qui est en cours de rédaction collective. En effet, comme le signale Tardif (2008 : 220-221) :

« [...] La question politique posée par la mondialisation n'est donc pas celle de savoir comment commercer davantage, ni de chercher à préserver le fait de la diversité culturelle dans son état actuel par définition évolutif. Le pluralisme culturel à construire vise non pas à exploiter la peur de l'autre et à entrer dans une logique d'affrontement, mais plutôt à instaurer les conditions d'interactions entre les cultures du monde en conciliant l'ouverture dont vivent les cultures et les exigences d'échanges équitables – ou du moins pas trop déséquilibrés – et en assumant l'importance du champ médiatique [...] Le pluralisme culturel mondial comme projet politique visant à maîtriser la mondialisation culturelle ne constitue nullement une panacée. Son ambition, à la fois modeste et exigeante, est d'engager un processus pour chercher à organiser les interdépendances dans un monde virtuellement unifié par le cyberspace qui rend encore plus sensibles et significatives les différences culturelles [...] ». (Tardif, 2008 : 221).

Dans ce contexte d'interaction international entre acteurs de potentiel culturel hétérogène, la confiance interpersonnelle devient un préalable inéluctable.

1.3.1 La confiance interpersonnelle

Comme nous l'avons signalé au chapitre 1.1.1.1, la liberté responsable (i.e., celle qui vient accompagnée de l'égalité et de la fraternité) est inexorable pour la construction de l'être humain. Comme le signale Luhmann (2006 : 43-44), cette liberté d'action sera à l'origine de la confiance :

« [...] On ne peut faire confiance au chaos. Il est impossible de procéder à des généralisations si rien n'est relié à rien ou encore si tout est relié à tout. En d'autres termes, un système ne peut à lui [seul] procéder à des généralisations ni accorder sa confiance [...] Ce n'est qu'à travers l'existence d'autres systèmes d'un genre précis, c'est-à-dire des hommes, qu'émerge dans le monde cette extension de la complexité à laquelle la confiance est liée : la liberté d'action. Il n'est donc pas surprenant que la confiance s'adresse d'abord et avant tout à un autre homme, dans la mesure où on le

considère en tant que personnalité, en tant que centre ordonnateur – et non arbitraire – d'un système d'actions, avec lequel il est possible de s'entendre. La confiance est alors l'attente généralisée que l'autre fera usage de sa liberté, du potentiel inquiétant de ses possibilités d'action, dans le sens de sa personnalité ou, plus précisément, dans le sens de la personnalité qu'il a présentée et manifestée socialement comme sienne [...] ». (Luhmann, 2006 : 43-44).

La confiance surgit de l'authenticité¹⁵⁰, raison pour laquelle sont dignes de confiance les personnes qui sont fidèles à ce qu'elles ont communiqué sur elles-mêmes, consciemment ou non¹⁵¹. C'est ainsi que la confiance détermine l'action. En effet, le potentiel d'action est proportionnel à la création de confiance dans la mesure où celle-ci va déblayer le terrain qui rendra possible de nouveaux modes de comportement¹⁵². Par ailleurs, ces nouveaux modes de comportement sont susceptibles, eux aussi, de véhiculer la confiance, et lorsqu'ils la véhiculent, un capital de confiance va donc s'accumuler. Dans ce sens, Curral et Judge (1995 :166) considèrent que la confiance interpersonnelle est le comportement d'un individu qui croit en un autre individu sous conditions de risque¹⁵³. En fonction du contexte où elles ont lieu, les relations sociales comportent une certaine typologie de risque, et elles vont être définies comme dignes de confiance ou non (Hevia de la Jara, 2006 : 25). Cette volonté de croire de la part d'ego découle de la cohérence et de la congruence dont fait preuve son *alter*. L'auto-présentation que chaque individu fait de soi en situation d'interlocution / interaction est fondamentale pour la constitution de rapports de confiance. Cette image de soi devient ainsi un paramètre culturellement marqué du point de vue de la confiance :

« [...] Chaque individu se trouve pris dans une multiplicité de réseaux sociaux et, par conséquent, est partie prenante sous des rapports très différents dans des situations de communication elles-mêmes très différentes. J'appartiens en effet à plusieurs groupes sociaux, et les relations hiérarchiques de la communication varient beaucoup de l'un à

¹⁵⁰ Luhmann signale que toute communication constitue une entreprise risquée qui nécessite des garanties puisque « le simple fait d'apparaître en public suppose un degré minimal de confiance, celle, notamment, dans le fait qu'on ne sera mal interprété mais qu'on sera à peu près perçu comme on souhaite l'être ». (*ibid.*, p. 44).

¹⁵¹ Luhman, *ibid.*

¹⁵² « [...] Là où il y a la confiance, il existe davantage de possibilités d'expérience et d'action, la complexité du système social s'accroît et, donc le nombre de possibilités que celui-ci peut réconcilier par sa structure, puisque réside dans la confiance une forme plus efficace de réduction de la complexité [...] ». (Luhman, *ibid.*, p. 8).

¹⁵³ Cf. chapitre 0.2.3, p. 12.

l'autre : je peux être, sans exclusive, professeur, syndicaliste, joueur de billard, père de famille, écrivain. Je ne peux pas mélanger les rôles et les statuts et m'adresser à mes élèves comme à mes collègues de billard : la communication langagière est soumise aux mêmes codifications (implicites ou explicites, conscientes ou non, modifiables ou non) que toutes les autres activités du domaine des relations sociales [...] ¹⁵⁴ ». (Porcher, 1983 : 90).

La formalisation du continuum cohérence / congruence met donc en perspective la confiance ¹⁵⁵ par l'intermédiaire des actions et des jugements de valeur. Comme le signale Luhmann (2006 : 45), les fondements de la confiance personnelle « se régulent selon les possibilités et les conditions de l'auto-présentation, les problèmes tactiques de celle-ci et les dangers qu'elle présente. Ce mécanisme transforme les conditions socio-culturelles en sources de confiance ».

1.3.1.1 Caractéristiques de la confiance interpersonnelle

L'analyse de la confiance interpersonnelle s'avère complexe du point de vue empirique en raison des difficultés rencontrées pour identifier des indicateurs des manifestations de celle-ci ¹⁵⁶. Toutefois, comme le signalent Sanz et al. (2009 : 39-40), certains paramètres sont incontournables pour la consolidation de la confiance interpersonnelle ¹⁵⁷.

Le premier paramètre est l'interaction puisqu'elle est essentielle pour la création et l'entretien de la confiance. Par ailleurs, celle-ci est directement proportionnel au nombre d'interactions satisfaisantes, raison pour laquelle la

¹⁵⁴ Cité par De Luis Sierra (2010 : 6).

¹⁵⁵ Hevia de la Jara, *ibid.*, p. 21.

¹⁵⁶ Gamba-Nasica (2014 : 149) en fait l'exposition : « [...] dynamique de la confiance [*données organisationnelles, institutionnelles, contextuelles, personnelles des interactions qui changent en permanence*] ; ce qui participe à sa construction et déconstruction ; mécanismes qui peuvent l'engendrer, la maintenir ou la remettre en cause [*l'interaction, l'engagement, la présentation, l'à priori favorable ou défavorable, l'identification, etc.*]; comportements que les uns et les autres choisissent pour s'en inspirer ; observations qui permettent d'accorder cette confiance [*pourquoi certains en sont-ils dignes ou non*] ; raisonnements opérés [*la confiance peut être d'abord a-rationnelle sans être pour autant par la suite antirationnelle*] ; ressorts qui favorisent le vivre ensemble dans le cadre de la problématique générale d'une sociologie des relations humaines attentive à la dynamique du changement [...] ».

¹⁵⁷ Nous avons signalé dans l'introduction certains critères constitutifs de la confiance intervenant à un niveau d'influence variable, comme la fidélité, la loyauté, la fiabilité, l'honnêteté, l'âge, la disponibilité pour agir, la connaissance accumulée sur l'autre, la bienveillance, l'intégrité, les compétences ainsi que certains éléments extérieurs à l'expérience de chaque individu, comme la réputation ou les recommandations de tierces personnes, et ce malgré les préjugés et les à priori de tout en chacun.

fréquence des interactions devient levier déterminant¹⁵⁸ : la confiance est une construction expérientielle incrémentale qui découle d'un processus d'apprentissage. La confiance est, de ce fait, une compétence. En outre, les interactions satisfaisantes sont essentielles dans le cadre des interactions virtuelles¹⁵⁹. Au cas où il s'agirait d'interlocuteurs / interactants d'origine culturelle différente, il faut savoir que l'interculturalité ne s'accomplit que lorsque deux cultures différentes dialoguent et constituent un espace propre à leur interaction¹⁶⁰. Par conséquent, l'interaction et l'interlocution se nourrissent de la *dialogicité*¹⁶¹ : la confiance est un processus dialogique qui aboutit sur la rencontre de deux volontés différentes¹⁶².

C'est grâce aux jugements de valeur et aux actions (i.e., le discours et l'analyse des interactions par le biais des mécanismes conversationnels) que la confiance devient observable, adoptant ainsi un caractère ethnographique¹⁶³. Toutefois, comme nous l'avons signalé à l'introduction (voir figure n° 4, p. 20), les interlocuteurs / interactants se doivent de respecter trois principes fondamentaux afin de voir émerger la confiance pendant leurs interactions : le principe de symétrie (i.e., égalité de conditions et prise en charge des mêmes risques sauf en position de vulnérabilité, qui oblige à l'un des actants à devenir dépendant) ; le principe de réciprocité (i.e., elle doit être mutuelle même en cas d'asymétrie de pouvoir) et, enfin, le principe de sincérité (i.e., prédisposition des interlocuteurs / interactants à ne pas

¹⁵⁸ « [...] Si la confiance est possible c'est que l'on a affaire, dans la série des échanges, non à une simple répétition à l'identique mais à une répétition « sensée » [...] Ainsi définie, une interaction se caractérise par le fait qu'elle livre du sens et de l'information supplémentaire sur le comportement du partenaire [...] la confiance se présente comme un possible réducteur de l'incertitude [...] C'est en ce sens que les répétitions "sensées", les interactions, en tant qu'elles livrent des informations toujours plus précises, contribuent à l'établissement d'un minimum de prévisibilité des comportements du partenaire [...] ». (Coriat et Gueniff, 2000 : 216).

¹⁵⁹ San Martín, Gutiérrez et Camarero, 2005 ; Zhang et Zhang, 2005. Cité par Sanz et ali., *ibid.*

¹⁶⁰ Al Sahyouni Bou Fadel (2014 : 35).

¹⁶¹ En effet, ce concept « [...] désigne les caractéristiques essentielles de la cognition et de la communication humaine [...] la capacité de l'esprit humain (l'Ego) à concevoir, à créer et à communiquer sur des réalités sociales en termes d'altérité (l'Alter), cela incluant d'autres personnes, idées ou symboles. Plus précisément, on peut suggérer que la dialogicité est une condition de l'esprit humain et que, de ce fait, la communication a une signification existentielle ou ontologique pour l'humanité. L'Ego et l'Alter ne peuvent exister indépendamment comme deux éléments distincts, mais ils sont indissociablement articulés : ils se transforment mutuellement dans et à travers la communication et la pensée sociale [...] ». (Markova, 2011 : 392-393). En outre, comme le signale Cortina (2010 : 19-20) c'est grâce au dialogue que la double dimension de la personne pourra être exercée : la dimension d'autonomie (par laquelle l'individu est capable de connecter avec n'importe quel autre individu) et la dimension d'auto-réalisation / épanouissement.

¹⁶² Brisebois (1997:16).

¹⁶³ Hevia de la Jara, *op. cit.*, pp. 21-25.

cachez d'information pertinente et à dire la vérité, ce qui détermine la fiabilité du partenaire et les attentes prévisibles vis-à-vis de son comportement fiable)¹⁶⁴.

Le deuxième paramètre pour la consolidation de la confiance interpersonnelle découle de sa valeur morale inhérente. En effet, la confiance oblige¹⁶⁵. Comme le signale Simmel (1999 : 382), « il y a dans la confiance qu'un être humain porte à un autre une valeur morale aussi haute que dans le fait de ne pas décevoir cette confiance ; et cette valeur peut être même encore plus libre et plus méritoire, car lorsqu'on nous fait confiance, nous sommes presque engagés par un jugement¹⁶⁶ porté sur nous par avance », ce qui par ailleurs est à la base de la performativité de la confiance dans les mécanismes de régulation de l'échange. La confiance véhicule un engagement moral¹⁶⁷ entre interlocuteurs / interactants ; donner sa parole ou inversement accorder sa confiance, n'est autre qu'activer une norme de réciprocité, c'est-à-dire, l'obligation morale qui sanctionne toute forme d'opportunisme¹⁶⁸ :

« [...] Appuyée sur des supports informationnels, (*la confiance*) est "l'amont qui rend possible le contrat" [...] à travers divers modes de construction du jugement (réseau, signaux, réputation, etc.). L'autre face de la confiance est celle du pari assumé, cette fois appuyé sur l'efficacité performative du "contrat de confiance" et le recours au sujet moral dans le contexte d'une économie de la réciprocité. Elle est de l'ordre de l'institution, c'est-à-dire l'énoncé, formel ou coutumier, de normes d'obligation et de coopération (sanction de l'opportunisme). En attendant d'être confrontée dans l'expérience, la confiance ne se libère pas sans prudence, donnant ainsi sa part, subtilement dosée, au calcul et au contrôle comme "épreuve" au cours de laquelle les comportements réciproques sont périodiquement évalués [...] ». (Trompette, 2003 : 107).

La norme morale, à la différence des normes religieuses, juridiques et sociales, relève du strictement individuel dans la mesure où c'est à chaque individu de déterminer l'obligation de la norme. Autrement dit, c'est la conviction du sujet moral

¹⁶⁴ Sanz et ali., *op.cit.*, p. 39.

¹⁶⁵ Trompette (2003 : 103-104).

¹⁶⁶ Les jugements de valeur sont une action du langage permettant de mieux nous orienter dans le futur en vue de réduire le rang de contingences possibles (i.e., gestion de la complexité liée au temps : les jugements de valeur diminuent l'incertitude dans le futur en faisant référence aux expériences du passé). Les jugements de valeur et la confiance sont donc liés par cette fonction. Autrement dit, l'importance et le pouvoir des jugements de valeur résident justement dans leur capacité à générer de la confiance. (Echevarría, 2000 : 75).

¹⁶⁷ « [...] D'une certaine façon, la notion de « faire crédit » que contient l'idée de confiance peut s'entendre comme création d'une dette, donc d'une obligation [...] ». Trompette, *ibid.*

¹⁶⁸ *Ibid.*

accordant son assentiment à la norme qui permet de décider la correction de celle-ci puisque le sujet moral estime qu'elle est totalement justifiée et qu'elle satisfait des intérêts généralisables¹⁶⁹.

Si la confiance interpersonnelle requiert l'interaction, cela veut dire qu'elle dépend inexorablement du langage. Par ailleurs, comme le signale Fernandez (2003 : 85-86), la confiance est un *langage métacommuniquant* au sens où la confiance c'est parler de soi, de l'autre, ainsi que des mécanismes qui la fondent. Hevia de la Jara (2006 : 35) va s'inspirer des travaux de Petermann (1999 : 167-172) pour proposer un modèle de construction de la confiance qui prend appui sur l'interaction (voir figure n° 19, p. 86). Ce modèle souligne l'importance des rapports proxémiques, du langage non verbal, de l'écoute active et du contact visuel afin de repérer la composante émotionnelle de son partenaire (i.e., l'honnêteté, bienveillance et sincérité) en vue d'anticiper le comportement de celui-ci (i.e., réduction de l'incertitude et confiance en soi) et ainsi déblayer progressivement le terrain de l'action commune. Mais ce processus peut également rendre compte de la perte de la confiance dans l'éventualité où les interlocuteurs / interactants ne sauraient prendre en compte les tenants et les aboutissants de cette voie de communication ouverte entre eux, d'autant plus que, comme le signale Brisebois (1997 : 10), la confiance est un choix gratuit qui n'est pas soumis à la contrainte :

« [...] Quand quelqu'un nous fait confiance, nous ressentons tous que cette personne nous choisit d'une certaine façon. Puisque personne n'a l'obligation de faire confiance, l'acte de faire confiance implique un choix et, par conséquent, une forme de don. Cet acte de faire confiance en moi [*en tant qu'individu*] est donc gratuit [...] Et c'est parce qu'il le veut que, d'une certaine façon, il [i.e., *alter*] me choisit moi personnellement ¹⁷⁰ [...] ». (Brisebois, 1997:10).

¹⁶⁹ Cortina (2010 : 19).

¹⁷⁰ Notre traduction. « [...] *Todos experimentamos que cuando alguien confía en nosotros, de cierta manera nos elige. Puesto que nadie tiene la obligación de confiar, hacerlo supone una elección y, por lo tanto, una forma de don. El confiar en mí es, pues, gratuito [...] Y queriéndolo, de cierta forma me quiere a mí personalmente [...]* ».

Figure n° 19. Modèle de la construction de confiance¹⁷¹. Source : (Hevia de la Jara, 2006 : 35)

Phase 1 Élaboration d'une communication compréhensive	Intérêt pour son partenaire. Intérêt plus intentionné (compréhension) par l'intermédiaire de l'intuition.
Phase 2 Suppression d'actions menaçantes	Rendre compréhensible sa propre performance par le biais d'actions univoques et calculables pour son partenaire. Donner à son partenaire une orientation au sujet de son comportement par l'intermédiaire de réponses (<i>feedback</i>).
Phase 3 Construction intentionnée de confiance	Transmettre sa compétence à son partenaire par le biais d'exercices difficiles. Face au dépassement des exigences, l'enchaînement de réussites favorisent la confiance en soi en tant que condition préalable à la confiance.
Phase 1 Destruction d'une communication de confiance	Auto-présentation envahissante et attention insuffisante à la situation et aux besoins de son partenaire. Tutelle du partenaire et limitation extrême des espaces de libre décision.
Phase 2 Choix d'actions menaçantes	Comportement arbitraire difficilement prévisible vis-à-vis de son partenaire ; trop (ou très peu) de conseils et d'indications. Aucune réponse, ou réponse partielle, qui conduit à la désorientation ou bien à la menace.
Phase 3 Rupture intentionnée de confiance	Cynisme ou dépréciation des compétences du partenaire. Abandon de plus en plus évident et passivité qui ont pour conséquence un effondrement de la confiance en soi.

La coopération et le sentiment de sécurité sont tous deux également nécessaires pour la consolidation de la confiance interpersonnelle. En effet, la confiance requiert un environnement serein du point de vue émotionnel, un environnement libre de peur et de crainte (Hevia de la Jara [2006 : 23] et Petermann [1999 : 164]). Par conséquent, il est primordial de savoir décoder les signaux qui mettent en évidence un tel environnement au travers du langage verbal et non verbal.

La coopération est l'action de participer avec une ou plusieurs personnes à une œuvre ou à une action commune¹⁷². Il s'agit d'une situation où les individus travaillent ensemble de façon harmonieuse en vue d'atteindre leurs objectifs respectifs. La coopération intervient quand les objectifs à atteindre ne sont pas exclusifs à l'un des individus, raison pour laquelle la confiance est à la base de la

¹⁷¹ Notre traduction.

¹⁷² Information recueillie de l'adresse <http://www.cnrtl.fr/definition/cooperation> (Date de consultation : 30/09/2017). Il est pertinent de signaler la subtile différence qui existe entre coopération et collaboration (i.e., un processus interactif en vue d'atteindre des objectifs partagés).

coopération. Ce processus dynamique d'engagement interpersonnel culmine dans une relation entre les interlocuteurs / interactants.

1.3.1.2 Mécanismes de construction de la confiance interpersonnelle

La confiance interpersonnelle requiert deux mécanismes processuels qui facilitent son émergence : l'intimité et la complicité.

L'intimité est un concept ambigu dans la mesure où il est fréquemment utilisé pour faire référence aux liens intimes et leurs troubles au sein du couple et de la famille (Chevalérias, 2003 : 13). L'étymologie du mot nous montre que *l'intimus* du latin classique faisait référence à l'ami confiant, l'ami dont on est sûr, en qui l'on a foi¹⁷³. Au fil du temps, ce mot a acquis une connotation de superlatif pour faire référence à ce qui est au plus profond, le plus intérieur, le plus en dedans, le plus familier. Cette nuance de « familier¹⁷⁴ » de l'intimité fait en sorte que le terme soit actuellement employé pour faire allusion au domaine du corporel et de la relation (i.e., relations sexuelles¹⁷⁵). Pourtant, comme le signale Chevalérias, l'intimité est la connaissance privilégiée et approfondie de l'autre de par la confiance établie avec lui (i.e., ce qui est intérieur et secret¹⁷⁶, ce qui est caché profondément dans quelqu'un comme les pensées et les désirs ardents).

Les concepts d'intimité et de vie privée sont souvent confondus. En effet, le privé apparaît par opposition à ce qui n'est pas public (domaine restreint). Comme l'explique Gallegos (2016 : 5), nous avons un rapport qui relève du droit privé avec la banque tandis que nous avons un rapport intime avec les personnes qui nous sont chères. L'intimité est un besoin relationnel humain qui relève exclusivement de la personne physique, tandis que la vie privée est un droit qui, par ailleurs, n'est pas liée à l'exposition publique d'un certain type d'information mais au contrôle sur qui sait quoi à propos de soi (Livingstone, 2008 : 404). Le fait de restreindre le public à

¹⁷³ Chévalérias, *ibid.*, p. 14.

¹⁷⁴ Du latin *familiaris*, celui qui fait partie de la maison et par extension l'ami. Chévalérias, *ibid.*

¹⁷⁵ *Ibid.*

¹⁷⁶ *Ibid.*, pp. 14-16.

qui nous adressons nos messages est une façon de cloisonner l'intimité mais ce n'est pas le moyen de créer de l'intimité ou de la maintenir¹⁷⁷.

En outre, parler d'intimité dans le cadre du travail est une formulation qui ne laisse pas impassible car « le lieu de travail appartient généralement à la sphère publique et ne se prête pas à l'émergence de l'intime, intimité secrète qui s'oppose habituellement au lien social et dont la vocation est de rester voilée » (Robman, 2010 : 62).

Comme le signale Gallegos¹⁷⁸, l'intimité surgit grâce à la langue. En effet, l'intimité est basée sur une série de connotations partagées, une sorte de *vie secrète des mots* que les interlocuteurs se livrent les uns aux autres (e.g., les blagues privées). L'intimité est un langage partagé¹⁷⁹ et les sous-entendus¹⁸⁰ de celui-ci. La compréhension mutuelle devient de plus en plus fluide au fur et à mesure que l'intimité surgit, et ce malgré l'absence d'appuis extralinguistiques¹⁸¹. En effet, la familiarité¹⁸² entre les interlocuteurs / interactants va favoriser l'assouplissement du flux de l'information car la familiarité épargne l'explicitation massive des contenus. Quand la familiarité devient intimité, des langages privés entre les interlocuteurs / interactants verront le jour. Ces langages sont privés, d'abord, par leur nature spécialisée et, de ce fait, cryptique¹⁸³ (e.g., langue de spécialité faite par et pour des spécialistes). Ils sont également privés par leur nature restreinte, ce qui permet aux interlocuteurs / interactants de jouer avec les connotations, voire les dénotations¹⁸⁴.

¹⁷⁷ Gallegos, *op.cit.*, p. 4.

¹⁷⁸ *Ibid.*, p. 2.

¹⁷⁹ *Ibid.*, p. 21. Gallegos en faisant allusion aux travaux de José Luis Pardo (1996, 2004) au sujet de l'intimité.

¹⁸⁰ *Ibid.*, p. 19. Comme le montre subtilement Robman (2010 : 65), il y a une langue de l'intime (e.g., la langue de l'amour, la langue de la sexualité, la langue maternelle) et de l'intime dans la langue.

¹⁸¹ *Ibid.*, p. 3.

¹⁸² Comme l'explique Onghena (2003 : 194), la familiarité est la condition préalable à la confiance. Dans un environnement familier, le passé prévaut aussi bien sur le présent que sur le futur car le passé peut simplifier le monde et réduire sa complexité. Les différentes possibilités d'action exigent une certaine familiarité, un caractère type construit socialement afin que le futur puisse s'y accommoder de manière confiée. Nous faisons plutôt confiance à ce qui est familier qu'à ce qui est inconnu. Pourtant, ce qui est familier peut réduire la confiance du moment où celui-ci considère que tout ce qui est suscité par lui va tout-à-fait de soi, encourageant ainsi une adaptation confortable à l'environnement (comme cela a toujours été le cas), et qui ne donne pas lieu à la (re)élaboration de la confiance.

¹⁸³ Dès que l'on maîtrise le jargon ou la terminologie ad hoc d'un groupe, le groupe nous reconnaît et l'on s'y reconnaît également.

¹⁸⁴ *Ibid.*, p. 7.

En outre, le continuum courtoisie / complicité va jouer un rôle prépondérant dans la création de l'intimité :

« [...] la courtoisie est fondée sur le fait de ne pas poser des questions sur certains sujets puisqu'elles envahissent un espace personnel d'intimité. Autrement dit, ces questions intimident. A l'extrême opposé se trouve la complicité, qui peut se servir d'un clin d'œil en guise de secret ; c'est-à-dire la complicité rend pertinent ce qui va être dit en le dotant d'un contenu caché. Par exemple, l'ironie¹⁸⁵ [...] ». (Gallegos, 2006 : 7).

Plusieurs critères permettent de rendre explicite la complicité partagée lors de l'interaction : l'alternance d'interventions formelles et informelles (e.g., utilisation de formules stéréotypées, de blagues ou d'une manière de parler décontractée) ; le contenu non informatif du langage (i.e., parler pour parler, la mise en valeur du lien par le lien) et, enfin, les références aux connaissances partagées (langages propres du groupe, codes secrets, de clins d'œil, etc.).

Il convient d'évoquer les processus de création de l'intimité et de la complicité dans la communication numérique. En effet, les technologies de la communication et de l'information (TIC) ont favorisé de nouveaux moyens de rentrer en contact avec d'autres personnes, et ces moyens de communication transmettent dans les messages non seulement des informations mais également les relations existantes entre les interlocuteurs / interactants :

« [...] le changement social produit par les TIC [...] est en accord avec les changements produits dans les rapports humains en général [...] la clé se trouve dans le concept d'intimité partagée qui [...] (met) plus l'accent sur la relation que sur le concept de domaine. Les études linguistiques en pragmatique sont redondantes dans ce sens¹⁸⁶ [...] ». (Gallego, 2016 : 2).

¹⁸⁵ Notre traduction. « [...] *La cortesía se basa en no preguntar ciertas cosas porque invaden un espacio personal de intimidad, esto es, intimidan. En el extremo opuesto, la complicitad, puede usar un guiño como señal de un secreto, es decir, hace relevante lo que se va a decir, dotándolo de un contenido oculto. Por ejemplo, la ironía [...]* ».

¹⁸⁶ Notre traduction. « [...] *El cambio social que se produce a través de las TIC [...] va en consonancia con los cambios producidos en las relaciones humanas en general [...] La clave está en el concepto de intimidad compartida que [...] (pone) el acento en la relación más que en el concepto de ámbito. Los estudios lingüísticos en pragmática redundan en este sentido [...]* ».

Les TIC ont permis aux interlocuteurs / interactants l'expression de leurs émotions. Cette médiation émotionnelle des TIC est un élément déclencheur de l'intimité et de la complicité partagées qui rend viable l'expérience interculturelle de l'altérité ; les TIC deviennent ainsi des catalyseurs de l'expérience interculturelle. En effet, comme le signale Al Sahyouni Bou Fadel (2014 : 40) :

« [...] c'est grâce au développement des TIC que les personnes de cultures différentes, ont à leur disposition plus de moyens pour communiquer et établir des contacts entre eux. En revanche, ces outils technologiques facilitent leur rapprochement et constituent un véritable accélérateur de l'échange interculturel. Ces technologies apparaissent comme des outils constituant un espace dynamique d'interactivité où de nouvelles conditions pour le dialogue des cultures se créent [...] ».

Dans ce sens, comme le suggère Lasén (2010b : 2), les TIC actuelles jouent un rôle important dans la mise en place de la confiance ; elles aident à maintenir la proximité et la distance, elles participent dans les rapports de pouvoir et de contrôle ainsi que dans la performance et dans la définition des rôles de genre. Comme notre travail de recherche porte sur l'application *Whatsapp* pour *smartphone*, la création de l'intimité dans un cadre professionnel fera l'objet du chapitre 3.3.4.1.

1.3.2 La confiance interculturelle

La confiance est incontournable pour le développement de l'interculturalité dans la mesure où elle rend possible l'ouverture qu'exige tout processus mutuel¹⁸⁷ : la confiance est la clef de la rencontre fructueuse. Livrer à son interlocuteur ses propres émotions, ses pensées ou son avis requiert une atmosphère de sécurité ; la compréhension de son interlocuteur également¹⁸⁸. Si la confiance est la clef de la rencontre fructueuse, le dialogue apporte le tour de main nécessaire à l'ouverture du verrou de la porte des différences.

Des aspects psychologiques (e.g., acceptation de la vulnérabilité affective), cognitifs (e.g., gestion des attentes) et culturels (e.g., distance sociale) vont déterminer la confiance (Aneas et Vilà, 2014 : 48) et ce sont les stéréotypes et la

¹⁸⁷ Al Sahyouni Bou Fadel (2014 : 39).

¹⁸⁸ *Ibid.*

sensibilité interculturelle qui vont déterminer la position et la nature de ces composantes :

« [...] en collaboration, c'est la dimension culturelle et le fait de partager une langue commune qui peuvent constituer un élément fédérateur facilitant la fréquence et la qualité des contacts entre pays de cultures distinctes [...] Cette compétence dite interculturelle est [...] indissociable de la compétence communicative et fait appel à différents types de savoirs tels que le savoir-mobiliser, le savoir-intégrer et le savoir-transférer. Cette compétence résulte de l'interaction entre une dimension communicative [...] comportementale [...] cognitive [...] et une dimension affective [...] ». (Al Sahyouni Bou Fadel, 2016 : 1-2).

C'est dans le cadre de l'analyse socioéconomique et de la négociation internationale que Vittar (2011) va étudier le concept de confiance sous la perspective interculturelle, ce qui sera à l'origine du concept de confiance interculturelle.

En effet, la mondialisation actuelle détermine le rythme frénétique des échanges commerciaux entre partenaires de cultures différentes. Ces transactions interculturelles, caractérisées par le dépassement des frontières culturelles nationales des interactants, introduisent de nouveaux paramètres (e.g., genre, religion, culture professionnelle, etc.) qui vont accompagner, voire déterminer, la différence nationale-ethnique. La diversité devient ainsi un critère beaucoup plus large et complexe¹⁸⁹ ; l'approche classique du concept d'interculturalité, basé sur le paradigme d'interculturalité nationale-ethnique, va perdre sa capacité analytique, raison pour laquelle l'auteur propose un paradigme étendu d'interculturalité (voir figure n° 20, p. 92) pour faire référence au franchissement des limites culturelles lors d'une transaction sociale au sein de laquelle la mondialisation exerce une influence directe ou indirecte sur les relations et les structures socioéconomiques¹⁹⁰.

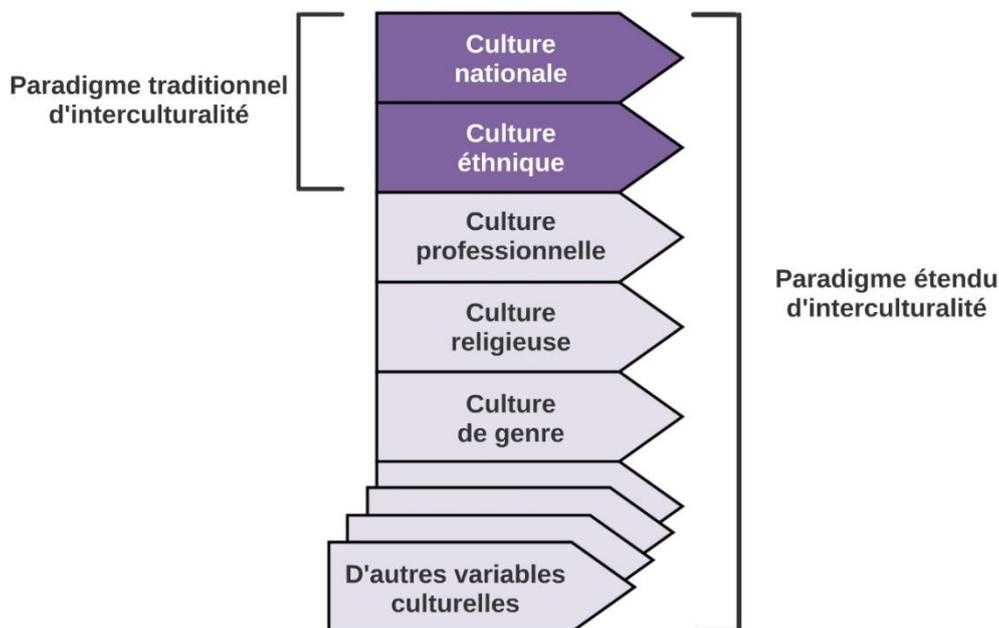
Face aux paramètres configurant l'identité culturelle propre ainsi que l'identité culturelle de l'Autre, un faisceau de forces en tension va émerger, et ces forces vont

¹⁸⁹ Vittar, *op.cit.*, p. 191.

¹⁹⁰ *Ibid.*

positionner l'Autre entre ce qui est national et ce qui est étranger ; ce qui est propre et ce qui est d'autrui ; ce qui est familier et ce qui est inconnu¹⁹¹.

Figure n° 20. Paradigme étendu d'interculturalité. Vittar (2011 : 192).



Pourtant, le clivage existant entre ce qui est national et ce qui est étranger perd progressivement de la valeur analytique. En effet, l'importance accordée à la communication dans le processus de la mondialisation, le rôle de plus en plus dominant du secteur privé et du troisième secteur face aux États nationaux ainsi que les flux migratoires en témoignent. Ce clivage devient progressivement hybridation culturelle, ce qui est le reflet de nos sociétés occidentales.

À la lumière des circonstances évoquées, la coopération et la confiance interculturelle deviennent deux paramètres inexorables. Les problèmes de confiance entre cultures différentes et les conflits interculturels sont une constante universelle et un problème généralisé du point de vue de la mondialisation. Comme le signale Vittar (2011 : 193) :

« [...] nous voici face à un problème généralisé du monde globalisé [...] l'étude de la confiance interculturelle peut devenir une aide pour résoudre des conflits interculturels

¹⁹¹ *Ibid.*

aussi bien que pour générer une quantité plus grande et plus effective de transactions et de coopérations interculturelles dans le domaine économique¹⁹² [...] ».

Comme nous l'avons signalé *supra*, la confiance interpersonnelle est une construction expérientielle incrémentale qui découle d'un processus d'apprentissage entre acteurs sociaux¹⁹³. S'agissant d'un processus, il s'avère indispensable de déterminer un point de départ, un début servant de point de démarrage à l'action. Ce point de départ n'est autre que l'aboutissement d'une rationalité cognitivo-affective : le vote de confiance. En effet, nous pouvons définir le vote de confiance comme l'acte conscient d'*ego* par lequel il va manifestement accorder sa confiance à *alter*. Le vote de confiance va rendre explicite une intention et intervient ainsi comme mécanisme permettant de gérer l'incertitude lors de la *décomplexification* sociale (i.e., garanties internes) ; il n'implique absolument pas de la part d'*alter* l'exécution des actions souhaitées par *ego* puisque, comme nous l'avons signalé, la liberté d'action est inhérente à la condition humaine. Toutefois, des garanties externes peuvent être exigées pour obliger *alter* d'aller dans ce sens (i.e., les contrats ou les assurances¹⁹⁴). De plus, le vote de confiance va mettre *ego* en situation de vulnérabilité dans la mesure où l'acte consciemment matérialisé va mettre à nu ses intentions et ses intérêts.

¹⁹² Notre traduction. « [...] *estamos frente a un problema generalizado del mundo globalizado [...] el estudio de la confianza intercultural puede ser tanto una ayuda para solucionar conflictos interculturales como para generar una mayor y más efectiva cantidad de transacciones y cooperaciones interculturales en el campo económico [...]* ».

¹⁹³ Il nous semble pertinent de rappeler ici l'approche actionnelle co-actionnelle évoquée dans le Cadre Européen Commun de Référence pour les langues (CECRL) afin de la mettre en perspective avec le concept de confiance. En effet, l'approche qu'il privilégie « [...] est, très généralement aussi, de type actionnel en ce qu'elle considère avant tout l'usager et l'apprenant d'une langue comme des acteurs sociaux ayant à accomplir des tâches (qui ne sont pas seulement langagières) dans des circonstances et un environnement donnés, à l'intérieur d'un domaine d'action particulier. Si les actes de parole se réalisent dans des activités langagières, celles-ci s'inscrivent elles-mêmes à l'intérieur d'actions en contexte social qui seules leur donnent leur pleine signification. Il y a tâche dans la mesure où l'action est le fait d'un (ou de plusieurs) sujet(s) qui y mobilise(nt) stratégiquement les compétences dont il(s) dispose(nt) en vue de parvenir à un résultat déterminé. La perspective actionnelle prend donc aussi en compte les ressources cognitives, affectives, volitives et l'ensemble des capacités que possède et met en œuvre l'acteur social [...] » (CECRL, 2001 : 15).

¹⁹⁴ Comme l'affirmait Aristote, la monnaie permet de maintenir la réciprocité des rapports sociaux sur le plan de la justice (i.e, assurer la justice dans les échanges à l'intérieur de la cité) (Moreau, 1969 : 358). Par ailleurs, Simmel (2005 : 25) explique au sujet de l'argent qu'il « [...] crée un lien extrêmement fort entre les membres d'une même sphère économique ; précisément parce qu'il ne peut pas être consommé immédiatement, il renvoie aux autres individus, dont on peut obtenir contre lui des biens de consommation proprement dits [...] ».

S'agissant d'une construction expérientielle incrémentale (donc compétentielle), la confiance dépend d'un vécu personnel tissé entre *ego* et *alter* (i.e., passé commun), ce qui nous amène au concept de familiarité¹⁹⁵. Compte tenu du fait que la confiance est un système processuel, le vote de confiance de la part d'*ego* est fortement conditionné par le degré de familiarité qu'il entretient avec *alter*. C'est ainsi que la rationalité, la routine et la réflexivité deviennent les sources fondamentales de la confiance interpersonnelle¹⁹⁶ :

« [...] De bonnes expériences par le passé, un certain calcul de probabilité de succès ainsi que l'attitude réciproque feront en sorte qu'*ego* catalogue *alter* en tant que système coopératif et non comme un compétiteur qui peut mettre en danger ses objectifs par une utilisation égoïste du "vote de confiance" puisqu'il devrait autrement se méfier de lui¹⁹⁷ [...] ». (Vittar, *ibid.*).

Néanmoins, l'auteur signale que ces critères ne tiennent pas compte d'un aspect fondamental : l'origine culturelle d'*alter* introduit un facteur d'incertitude supplémentaire dans la relation sociale¹⁹⁸. Dans les relations interculturelles ayant lieu dans un contexte mondialisé, *alter* est effectivement libre d'honorer la confiance qu'*ego* a placé en lui, mais un deuxième facteur d'incertitude vient s'y joindre, ce que Vittar appelle « incertitude interculturelle¹⁹⁹ », provoquée par le manque de bases culturelles communes, par le manque de familiarité propre au sujet des us et coutumes d'autrui et, enfin, par le manque de règles de réciprocité en vigueur de chaque culture. Dans ce même sens, Onghena (2003 : 11) évoque le concept de *déficit de signification commune* pour faire référence à la sensation de crise, à la complexité et l'incertitude en situation interculturelle ; ce déficit va être provoqué par la peur de l' « autre ».

Dans le cadre de la mondialisation actuelle, les relations sociales mettent en lumière une présence de plus en plus réduite de la familiarité, de la réciprocité et de

¹⁹⁵ C'est ainsi que la confiance génère du futur en prenant appui sur le passé.

¹⁹⁶ Möllering (2006 : 51), cité par Vittar, *ibid.* p. 194.

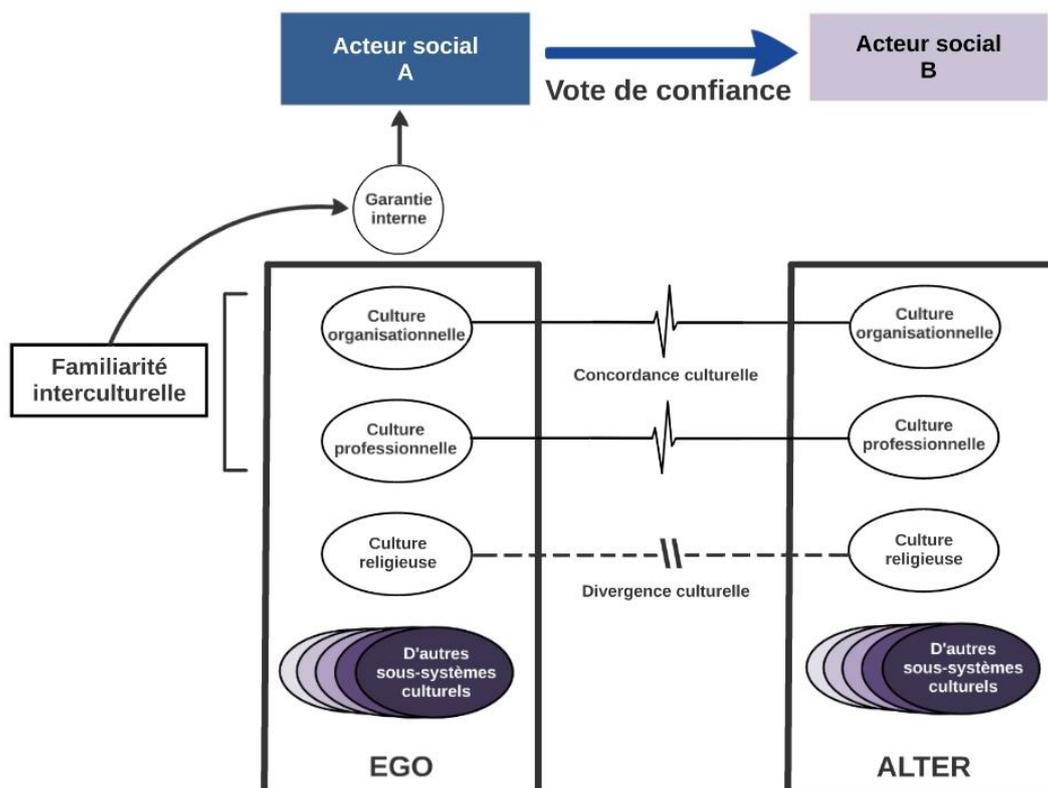
¹⁹⁷ Notre traduction. « [...] *Buenas experiencias pasadas, un cierto cálculo de probabilidad de éxito y la actitud recíproca harán que ego catalogue a alter como un sistema cooperativo y no como un competidor que hará peligrar sus objetivos a través de un uso egoísta del "voto de confianza", ya que de otra manera debería desconfiar de alter [...]* ».

¹⁹⁸ *Ibid.*

¹⁹⁹ *Ibid.*

la rationalité. La justification de leur affaiblissement prend appui sur un constat : le contexte culturel est homogène. Pourtant, les contextes culturels actuels sont justement caractérisés par l'hétérogénéité.

Figure n° 21. Modèle alternatif d'étude de la confiance interculturelle. Vittar (2011 : 196).



Vittar (2011) propose un modèle alternatif pour l'étude de la confiance interculturelle qui s'appuie sur deux critères (voir figure n° 21). D'abord, la « familiarité interculturelle » (i.e., ressources obtenues par l'individu grâce à ses ancêtres ou grâce à l'histoire collective de son système culturel dominant) et, ensuite, les contenus culturels qui peuvent dériver de sous-systèmes culturels adjacents.

Comme l'explique Vittar, la concordance (ou la divergence) culturelle sera générée en fonction des éléments en provenance de différents sous-systèmes culturels et de différents domaines temporels ; celle-ci sera la base pour la familiarité interculturelle²⁰⁰ :

²⁰⁰ Vittar, *ibid.*, p. 196.

« [...] le vote de confiance accordé par *ego* à *alter* est fondé sur une garantie interne prenant appui sur une familiarité vis-à-vis de certains aspects culturels tandis qu'au même moment il y en a d'autres pour lesquelles la divergence culturelle est manifeste. L'expérience propre des acteurs ainsi que l'expérience de leur passé familial ou collectif peuvent être à l'origine de la concordance culturelle. L'atemporalité et la coexistence, aux yeux d'*ego*, d'éléments familiers et étranges propres à *alter* vont lui permettre de compenser l'incertitude et vont générer la garantie interne nécessaire pour le vote de confiance interculturel ²⁰¹ [...] ». (Vittar, *ibid.*).

²⁰¹ Notre traduction. « [...] el voto de confianza que otorga *ego* a *alter* se basa en una garantía interna sostenida por una familiaridad con algunos aspectos culturales mientras que al mismo tiempo hay otros en los que domina la discordancia cultural. El origen de la concordancia puede ser tanto la experiencia propia como la del pasado familiar o colectivo de los actores. Gracias a la atemporalidad y a la coexistencia de elementos del otro que le son extraños [*a ego*] con elementos familiares [...] se compensa la incertidumbre y se genera la garantía interna para el voto de confianza intercultural [...] ».

SYNTHÈSE DU CHAPITRE I

Nous avons mentionné que la culture est un système symbolique qui présente plusieurs niveaux (i.e, morphologique, structurel et mythique), chacun d'eux ayant une influence sur les valeurs, les croyances, les attitudes et les comportements des individus. Ce système symbolique sera acquis par l'individu dans son processus de socialisation. De ce fait, l'individu est le produit de ce processus qui par ailleurs s'impose à lui.

Le processus de socialisation va mettre en exergue l'hétérogénéité des paramètres culturels qui rentrent en jeu et que l'individu va s'approprier tout au long de son existence. Par conséquent, ce processus itératif et cumulatif fait de la culture une compétence.

Les paramètres culturels que l'individu s'est appropriés rentrent souvent en conflit avec ceux des autres : l'altérité est un fait inéluctable pour la construction de l'identité de tout en chacun. C'est ainsi que la prise de conscience de sa propre culture de la part de l'individu —intériorisée par celui-ci et mise en évidence dans la subjectivité de chacun — amène à l'interculturel, qui devient un espace de rencontre intersubjective de valeurs, de croyances et d'expériences individuelles et collectives. Cette prise de conscience est par ailleurs impossible sans l'altérité. De ce fait, l'interculturel devient une construction dialogique qui exige des individus une attitude empathique et éloignée de l'ethnocentrisme. Et puisque cette construction est itérative et cumulative, l'interculturel devient également une compétence.

L'interaction est un mécanisme de réduction de la complexité social, et c'est grâce à l'interaction que les individus vont créer des rapports de confiance interpersonnelle, caractérisée par les principes de symétrie, de réciprocité et de sincérité entre les interlocuteurs / interactants. Ces rapports seront renforcés par la coopération ; l'itération des rapports de coopération aura pour conséquence des rapports de plus en plus empathiques entre les interlocuteurs, qui seront mis en évidence par l'intimité partagée ainsi que par la complicité existante entre eux. Cette itération aura également pour conséquence la création d'une sorte de familiarité forgée à partir du vécu commun. Toutefois, des incompréhensions mutuelles peuvent

apparaître lors des interactions dans des domaines culturels déterminés (e.g., culture organisationnelle ou culture professionnelle). Ces domaines culturels font référence à un certain capital culturel hérité en amont par transmission intergénérationnelle, ce que Vittar (2011) dénomme familiarité interculturelle, et qui sera à l'origine de la confiance interculturelle. Étant donné leur caractère incrémental, la confiance interpersonnelle et interculturelle sont également des compétences.

INTRODUCTION AU CHAPITRE II

La mondialisation de nos sociétés se traduit par des échanges commerciaux aussi bien à l'intérieur d'un pays qu'à l'international. Ces échanges sont accompagnés d'attentes divergentes et d'intérêts pluriels. La réussite des objectifs de tout en chacun passe inévitablement par un processus d'échange conversationnel : la négociation avec l'autre.

Les différences culturelles peuvent être à l'origine d'une série d'obstacles à la communication et à l'entente commune, ce qui peut provoquer des bruits de communication lors des interactions. C'est ainsi que les stéréotypes et les préjugés peuvent représenter un frein au déroulement du processus de la négociation. La négociation franco-espagnole n'échappe pas à cette dynamique.

L'Espagne et la France sont reconnues au niveau international par l'importance du secteur viticole dans leurs économies respectives. Le domaine hautement spécialisé du vin naturel favorise actuellement les échanges commerciaux entre les deux pays, mais des différences interculturelles peuvent représenter un obstacle pour les bénéfices mutuels.

Nous allons aborder les concepts de négociation et de négociation interculturelle pour ensuite aborder les spécificités du domaine viticole entre les deux pays.

2.1 Le concept de négociation

Nous allons présenter la définition du concept de négociation que nous allons prendre en compte pour notre étude de cas. Ensuite, nous analyserons quelques aspects généraux concernant les acteurs impliqués dans une négociation, ce qui nous amènera à l'analyse des concepts de négociation commerciale et de négociation conversationnelle qui prendront appui sur les travaux de Kerbrat-Orecchioni à ce sujet.

Nous avons fait le choix de restreindre notre cadre théorique aux critères mentionnés *supra* afin de ne pas nous éloigner de l'objet de notre recherche. Cette élucidation théorique intervient donc dans un souci d'efficacité.

Comme nous l'avons signalé dans la première partie, le processus de la mondialisation a provoqué un changement dans nos pratiques sociales, favorisant ainsi l'éclosion de l'altérité. La présence de l'autre (i.e., celui qui est différent de moi, *mon alter*) définit la nature de nos sociétés occidentales à tous niveaux.

La part du temps de travail passé à négocier actuellement est susceptible de s'accroître à cause des changements opérés dans l'économie et du bouleversement des structures organisationnelles (Kolb et Putman, 2004 : 59). De ce fait, une cohabitation harmonieuse s'impose entre tous les acteurs sociaux impliqués. Si une telle cohabitation existe c'est en raison de l'équilibre qu'ils ont mutuellement et continuellement construit par le biais d'une sorte de médiation particulière que nous appelons négociation, grâce à laquelle les acteurs sociaux s'efforcent d'obtenir la meilleure part dans le *no man's land* qui sépare leurs intransigeances réciproques (Dupond, 1994 :18).

2.1.1 Définition du concept de négociation

La négociation est une activité humaine très développée, voire un mot à la mode ²⁰² ; c'est un fait quotidien aussi bien au niveau personnel que professionnel. Par exemple, au sein des réseaux et des équipes de travail, négocier

²⁰² Kerbrat-Orecchioni (2012 : 87)

fait partie des stratégies usuelles utilisées pour garantir les engagements et les approvisionnements²⁰³.

Le concept de négociation peut être analysé comme produit ou comme processus. En effet, une approche instrumentale de la négociation permet de constater qu'il s'agit d'un système de décision par lequel les acteurs impliqués s'entendent de commun accord au lieu d'agir par voie unilatérale (Dupont, 1994 : 11), ce qui met l'accent sur la finalité de celle-ci et la réussite de son aboutissement. Toutefois, la négociation n'aboutit pas forcément à l'accord, raison pour laquelle le concept de négociation acquiert également une dimension processuelle. De ce point de vue, la négociation est une activité qui met en interaction plusieurs acteurs qui, confrontés à la fois à des divergences et des interdépendances, choisissent (ou trouvent opportun) de rechercher volontairement une solution mutuellement acceptable²⁰⁴. C'est cette dimension processuelle qui fait l'unanimité dans la littérature francophone au sujet de la négociation, comme le signale Kerbrat-Orecchioni²⁰⁵.

La négociation est avant tout un processus relationnel qui relève de l'action collective. En effet, il s'agit d'un processus interpersonnel inégal dans la mesure où l'une des parties est dans une meilleure position par rapport à l'autre. Malgré cette dissymétrie avérée, la négociation comporte aussi toujours une réciprocité. On ne peut lui échapper, dans la mesure où toute interaction peut être conceptualisée comme une négociation (Friedberg, 2009 : 15-16). Cet auteur fait référence aux travaux d'Ansel Strauss pour mettre en évidence le caractère actionnel de la négociation :

« [...] La négociation n'est en fait rien d'autre qu'une dimension irréductible des relations à travers lesquelles sont gérées les interdépendances caractéristiques de l'action collective. La négociation est donc conçue comme coextensive à l'action collective, elle est coextensive aussi des relations de pouvoir. Elle est un mécanisme de

²⁰³ *Op. cit.*, p. 60

²⁰⁴ Dupont, *Op. cit.*, p. 11

²⁰⁵ *Op.cit.*, p.88

base. [...] Dans un contexte d'action collective tout comportement est de fait une négociation²⁰⁶ [...] ».

Négocier, c'est maximiser les utilités stratégiques et minimiser les risques encourus (Schmeil, 2013 : 147), d'où l'importance de la confiance.

Kerbrat-Orecchioni²⁰⁷ ne reste pas insensible à cette perspective actionnelle de la négociation, qu'elle va mettre directement en relation avec la notion d'interaction (i.e., activité collaborative entre les individus impliqués). Miguelez (2001 : 248) signale que les problèmes pragmatiques de l'argumentation vont se poser dans le champ des comportements téléologiques (i.e, les actions instrumentales et/ou stratégiques) qui peuvent recevoir deux types de solution, soit le conflit soit le compromis, qui est le seul à être lié au dialogue. Comme le signale l'auteur, la recherche du compromis dans le dialogue n'est nullement subordonnée à la force du meilleur argument, mais, bien au contraire, à la position de pouvoir matériel des individus ou des groupes en conflit. De plus, Miguelez signale que les problèmes éthico-politiques et moraux vont surgir en raison des orientations axiologiques des comportements²⁰⁸ (i.e., les valeurs). C'est ainsi que, comme le signale Schmeil (2013 : 143) :

« [...] au moment où une négociation commence, les délibérants chargés de prendre une décision commune neutralisent ce qui les oppose le plus – et notamment les normes métaphysiques et morales (i.e., *orientations axiologiques des comportements*) –, faute de quoi toute négociation mettant en présence des équipes dont les convictions téléologiques profondes sont incompatibles bute sur l'absence de limite à leurs débats. Pour commencer à négocier, il faut donc réduire ses ambitions. Pour conclure une négociation, il faut accepter des compromis [...] »

²⁰⁶ Kerbrat-Orecchioni (2012 : 93) et Friedberg, *ibid.* p. 16.

²⁰⁷ « [...] Si toute action collective est une négociation, le mot "négociation" devient un simple équivalent d' "interaction", ou bien encore de "collaboration", "coordination des actions", "co-construction" [...] on ne voit donc pas bien ce que l'on gagne en y adjoignant l'item « négociation ». On voit par contre ce que l'on y perd : la capacité de caractériser au sein de cet ensemble un type bien spécifique d'activité collaborative, ainsi que le permet l'usage standard de cet item. [...] » (*ibid.*).

²⁰⁸ *Ibid.*

2.1.2 Les acteurs impliqués dans la négociation

Comme le signale Kerbrat-Orecchioni (2012 : 90), un constat évident s'impose. En effet, toute négociation implique deux partenaires distincts qui peuvent intégrer plusieurs acteurs, ce qui donne à la négociation une dimension individuelle ou collective²⁰⁹. De plus, elle implique également coopération et compétition entre les différents partenaires, qui ne doivent se montrer ni trop intractables ni trop conciliants²¹⁰, ce qui demande de leur part un caractère assertif ou coopératif lors de la négociation. C'est ainsi que cinq styles de négociation peuvent être catégorisés en fonction de l'assertivité et de la coopération dont font preuve les individus : compétitif (i.e., forte assertivité et faible coopération) ; d'adéquation (i.e., forte coopération et faible assertivité) ; d'évitement (i.e., assertivité et coopération faibles) ; collaboratif (i.e., assertivité et coopération fortes) et, enfin, d'engagement (i.e., niveaux moyens d'assertivité et de coopération) (Cuenca, 2001 : 75).

2.1.3 La négociation commerciale

La négociation commerciale désigne un type particulier d'interaction qui se déroule en contexte institutionnel et qui a un objectif « externe » (e.g., vente du vin) soumis à un désaccord ou à une divergence entre les parties (e.g., le prix de vente). Comme le signale Kerbrat-Orecchioni (2004 : 8), cet objectif « externe » oriente et détermine la plupart des activités déployées par les interactants tout au long de l'interaction.

La négociation commerciale est caractérisée par la présence d'au moins deux négociateurs, soit les personnes directement impliquées dans le désaccord (e.g., un vendeur et un acheteur) soit des tierces personnes qui vont les représenter lors de la négociation. Elle est également caractérisée par la présence d'un objet à négocier (ou négociable) (e.g., un produit, ses propriétés, la quantité et/ou la qualité de celui-ci, voire le prix de vente²¹¹) ainsi qu'un désaccord (ou divergence) manifeste entre ceux-ci (e.g., le prix ou les délais de livraison). De plus, ce désaccord est

²⁰⁹ Kerbrat-Orecchioni (*ibid.*, p. 90) évoque également la possibilité de négocier avec sa-même dans les cadres des monologues délibératifs ou de l'exercice intellectuel de la traduction.

²¹⁰ *Ibid.*, p. 95

²¹¹ Kerbrat-Orecchioni (2004 : 11-13)

accompagné de la volonté plus ou moins explicite des interactants pour tomber sur un accord (i.e., sortir du conflit), ce qui va rendre possible la mise en œuvre de procédures pour y parvenir (i.e., comportements téléologiques des interactants) qui constituent la négociation à proprement parler. Enfin, l'issue de la négociation rendra compte de sa réussite ou de son échec²¹².

Le rapport intégratif (ou raisonné) (i.e., gagnant-gagnant) est identifié dans la littérature spécialisée comme celui qui rend possible une négociation idéale, c'est-à-dire celle qui se déroule entre deux sujets (A et B) libres et égaux en droit, sincèrement désireux d'aboutir à un accord véritablement équitable où chacun soit gagnant²¹³, ce qui rend compte de l'orientation axiologique des comportements des interactants. Une fois que A et B ont affiché leurs divergences mutuelles (i.e., proposition de A et contre-proposition de B), deux cas de figure peuvent se présenter : A accepte directement la contre-proposition de B, ce qui est interprété comme un ajustement de leurs comportements mutuels, ou bien A maintient sa proposition initiale. Le désaccord entre A et B prend ainsi forme à ce moment précis. L'activité de négociation proprement dite va alors commencer, dont l'objectif est d'instaurer un accord total ou partiel et plus ou moins durable entre A et B²¹⁴. L'on considère que la négociation réussit lorsque les concessions mutuelles assoient les bases qui rendent possible l'aboutissement d'un compromis libre entre A et B puisque, comme le signale Kerbrat-Orecchioni, les participants de la négociation sont censés chercher une solution, mais ils ne sont pas forcément tenus de la trouver²¹⁵ :

« [...] Dans une interaction, les participants s'emploient à tenter de trouver un terrain d'entente leur permettant de réaliser cet "archi-but" commun qu'est la réussite de l'entreprise communicationnelle [...] » (Kerbrat-Orecchioni, 2005 : 96).

2.1.4 La négociation conversationnelle

Si la négociation est caractérisée par la volonté de trouver volontairement une solution acceptable pour les parties impliquées, l'argumentation devient un outil

²¹² *Ibid.*, pp. 8-10

²¹³ Kerbrat-Orecchioni (2012 : 96). Les négociations gagnant-perdant reçoivent le nom de négociations distributives.

²¹⁴ *Ibid.*, pp. 91-94

²¹⁵ *Ibid.*

procédural incontournable pour la réussite de celle-ci²¹⁶. L'échange argumentaire ainsi généré entre les participants va caractériser les mécanismes d'ajustement des comportements mutuels (i.e, négociation conversationnelle), ce qui par ailleurs n'est pas exclusif du contexte de la négociation (e.g, faire le choix d'un film pour aller au cinéma entre amis).

En effet, comme le signale Kerbrat-Orecchioni, la négociation conversationnelle est un processus interactionnel susceptible d'apparaître dès lors qu'un différend survient entre les interactants concernant tel ou tel aspect du fonctionnement de l'interaction, et ayant pour visée de résorber ce différend²¹⁷. L'alternance des tours de paroles entre les interlocuteurs caractérise la négociation conversationnelle. L'interaction est composée d'une série d'activités qui vont configurer un schéma abstrait que cette auteure dénomme script de l'interaction, qui est généralement acquis sur le tas par les participants et dont l'existence demeure dans l'implicite :

« [...] Il peut donc arriver que le client et le vendeur n'aient pas exactement la même conception du script, ce qui risque d'engendrer certains "ratés" dans le déroulement de l'interaction [...] Cette question du script nous permet donc de pointer une des caractéristiques de ce type de situation communicative : son caractère foncièrement dissymétrique, puisqu'elle met en présence un profane et un expert, lequel est le "maître du script", mais aussi le "maître des mots" [...] »

Certains paramètres vont avoir une influence sur la relation que les interactants vont définir entre eux, tels que l'âge, le sexe, le statut, leur degré de connaissance mutuelle, leur lien socio-affectif, le rôle interactionnel et la nature de la situation communicative (i.e., facteurs externes) ainsi que le comportement que les interactants vont adopter lors de l'interaction (i.e, facteurs internes).

Les participants qui prennent partie à l'interaction verront conditionnée leur relation interpersonnelle par deux axes qui vont jouer un rôle prépondérant : l'axe horizontal (proximité / distance) et axe vertical (rapport dyadique / dissymétrique). En effet, la relation horizontale entre les participants peut être marquée de façon verbale

²¹⁶ *Ibid.*

²¹⁷ Kerbrat-Orecchioni (2004 : 7)

(e.g., thèmes abordés, niveau de langue utilisé, termes d'adresse) ou paraverbale (e.g., comportement proxémique, gestes, regards et postures), ce que Kerbrat-Orecchioni²¹⁸ appelle « relationème » (ou relationème horizontal). Par ailleurs, leur relation verticale peut être également marquée de façon verbale (i.e., formes d'adresse) ou paraverbale (e.g., apparence physique, tenue vestimentaire, posture, regards), ce que l'auteure appelle « taxème » (ou relationème vertical). En outre, le jeu des relationèmes horizontaux et verticaux va déterminer aussi la négociation de leur relation²¹⁹.

Il nous semble important d'attirer l'attention sur un aspect important pour notre recherche. Il s'agit d'un type d'interaction horizontale qui intervient dans le cadre du contexte commercial entre le vendeur et le client qui reçoivent l'appellation *d'interactions complémentaires non hiérarchiques* (Kerbrat-Orecchioni, 2004 : 18).

En effet, ces interactions mettent en lumière une relation dissymétrique mais pas forcément hiérarchisée (comme c'est le cas des interactions qui ont lieu entre le médecin et ses patients ou entre l'enseignant et ses élèves). Dans un contexte commercial, le client détient le vouloir (i.e., désir d'acheter) ainsi que les moyens de la rétribution, mais le vendeur détient, à son tour, le pouvoir de s'occuper de son client et le savoir technique et professionnel (i.e., compétence et expertise professionnelles). Par ailleurs, le client peut avoir des compétences avérées dans le domaine professionnel du vendeur et les rendre explicites lors des interactions, ce qui apporte aux négociations conversationnelles un caractère flou, ce qui s'avère un paramètre bénéfique puisque la fréquence des négociations conversationnelles dépend du caractère flou :

« [...] Tout processus négociatif implique en effet que l'on ait non seulement des règles du jeu, mais aussi du jeu dans les règles. Ce flou des règles rend nécessaires les négociations ; mais on peut dire aussi, à l'inverse, que ce flou est nécessaire pour permettre les négociations, c'est-à-dire l'adaptation tâtonnante à l'autre, et aux particularités de son univers cognitif, affectif et pratique – pour permettre, en un mot, *l'intersubjectivité* [...] » (Kerbrat Orecchioni, 2004 : 21)

²¹⁸ *Op.cit*, pp. 16-17

²¹⁹ *Ibid.* pp. 16-18

2.2 La négociation interculturelle franco-espagnole

Nous avons abordé dans le chapitre précédent les concepts de négociation, de négociation commerciale et de négociation conversationnelle. Il nous semble pertinent d'aborder maintenant le concept de négociation internationale sous un regard critique : celui des différences culturelles. En effet, quand les acteurs impliqués dans une négociation sont originaires de deux pays différents, celle-ci acquiert une dimension interculturelle dans la mesure où les différences culturelles manifestes entre les participants peuvent représenter un frein à la compréhension et, de ce fait, avoir une influence dans le processus et/ou l'aboutissement de celle-ci. La négociation interculturelle désigne toute négociation qui a lieu dans un contexte de rencontre entre des personnes dont les cultures respectives diffèrent et qui, par conséquent, peuvent influencer le processus et les résultats faisant l'objet de cette négociation (Zarrad & Debadi, 2014 : 2) ; il s'agit d'une forme d'interaction des acteurs impliqués qui tentent explicitement d'ordonner (ou prétendent le faire) une nouvelle combinaison de leurs intérêts à la fois conflictuels et communs (Radtchenko-Draillard, 2012) ; il s'agit d'un processus mettant en œuvre des tactiques destinées à échanger de l'information, créer des options, diviser une ressource ou encore échanger des concessions (Faure, 1996 : 192).

Nous allons donc aborder les rapports existants entre culture et négociation en prenant comme exemple le cas concret de la négociation franco-espagnole. Par ailleurs, nous allons limiter notre cadre théorique aux facteurs culturels qui peuvent avoir une influence sur le processus et l'aboutissement de la négociation entre Espagnols et Français, notamment la perception de l'autre (i.e., les stéréotypes).

Nous avons fait le choix de restreindre notre cadre théorique aux critères mentionnés *supra* afin de ne pas nous éloigner de l'objet de notre recherche. Cette élucidation théorique intervient donc dans un souci d'être concis.

2.2.1 Culture et négociation

La mondialisation de l'économie est un concept qui renvoie à celui du commerce international dans la mesure où la mondialisation s'accompagne d'une

recrudescence de situations de négociations internationales (CREG²²⁰, 2008). De plus, la technologie et le développement des moyens de communication ont rapproché les individus en multipliant les occasions de contact (Faure, 2004 : 187). Lors d'une négociation où les différences culturelles / ethniques sont mises en évidence, les acteurs impliqués peuvent adopter deux attitudes vis-à-vis de celles-ci. En effet, comme le signalent Le Roy et Younes (2002 : 224-225), les participants à la négociation peuvent considérer que leur cadre culturel de références est universel et, de ce fait, considérer leur partenaire (celui qui est différent) comme étant moins civilisé en raison des divergences manifestes qui les opposent (i.e., attitude ethnocentrique), ou bien que les participants analysent toute circonstance comme relevant d'un trait culturel, ce qui empêche d'en porter un jugement (i.e., attitude culturaliste). De plus, il est également possible que les participants réduisent la culture à un ensemble restreint de facteurs explicatifs ou, au contraire, qu'ils favorisent une multiplicité complexe d'analyses (i.e., attitude réductionniste). Dans ces deux derniers cas, le risque de s'enfermer dans l'une ou l'autre des approches représente un danger pour les acteurs impliqués.

Mais si la culture peut présenter des inconvénients lors d'une négociation entre partenaires d'origine ethnique / culturelle différente, elle peut également présenter certains avantages. En effet, s'interroger sur les cultures en présence permet d'opposer aux cultures nationales²²¹ des cultures académiques ou des cultures bureaucratiques (Schemeil, 2013 : 142). L'auteur signale que plusieurs « cultures » sont à l'œuvre dans une négociation, et leurs effets peuvent se superposer, se compenser ou s'annuler, ce que nous mettons en relation avec les convergences et les divergences du concept de familiarité interculturelle évoqué par Vittar (2011) (Cf. chapitre 1.3) : les « cultures » dont Schemeil fait référence sont des sphères de signification culturelle déterminées par la socialisation première et secondaire de chaque contexte.

²²⁰ Centre de Ressources en Économie Gestion. Académie de Versailles, Ministère de l'Éducation Nationale (France). Informations Disponibles à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

²²¹ Les cultures nationales sont construites au fil du temps à partir de l'histoire, qui seront cristallisées en croyances, usages et habitudes ainsi que de réseaux d'inclusion et d'exclusion, de normes et de valeurs.

Radtchenko-Draillard (2012) signale que les phénomènes culturels affectent toute négociation internationale (diplomatique, commerciale ou économique), caractérisée par les divergences des buts et les divergences des objectifs, ce qui va se traduire par un clivage entre les négociateurs et les différences culturelles. L'objectif sera donc d'harmoniser tous ces paramètres afin d'atteindre la solution recherchée et de surmonter les difficultés supplémentaires, et ce en vue d'anticiper correctement les réactions mentales, comportementales et émotionnelles des interactants et par ailleurs d'adapter les stratégies de la prise de décision en fonction de celles-ci.

Schemeil (2013 : 163) souligne que les différences culturelles sur des scènes mondialisées ont une influence réduite sur les résultats des négociations : les identités stratégiques font souvent passer au second plan les identités ethniques. Par contre, les différences culturelles sur des scènes locales moins influencées par la mondialisation (e.g., petits commerces) ont une forte influence sur les résultats des négociations. En effet, comme le signale Kerbrat-Orecchioni (2004 :16), dans certains pays le marchandage y est la règle et le remerciement de l'acheteur au vendeur après la vente devient incongru, ce qui par ailleurs est interactionnellement incorrect. D'autres exemples sont également relevés par l'auteure qui permettent de prendre conscience du poids des différences culturelles dans le cadre d'une transaction commerciale de ce type (e.g., l'argument de la solidarité groupale ou l'argument du matin, fondé sur la croyance que le premier client de la journée va porter chance ou malchance au vendeur pour l'ensemble des transactions de celle-ci, argument qui va intervenir comme une sorte de chantage émotionnel de la part du vendeur à l'acheteur²²²).

En outre, Kolb et Putnam (2004 : 60) posent la question de l'influence du genre dans la négociation, ce qui nous renvoie aux dimensions culturelles proposées par Hofstede (1987), ce que nous avons abordé dans le chapitre 1.1. En effet, s'agissant d'une pratique sociale, il est légitime de se demander s'il existe une pratique différenciée de la négociation selon le genre. Les auteures signalent que la plupart des travaux de recherche qui tentent de répondre à cette question s'intéressent au genre en tant qu'attribut individuel et invariant de l'identité, et ils ne

²²² *Ibid*

prennent généralement pas en compte les contextes sexués de la négociation. Le genre est l'une des variables dissymétriques les plus faciles à mesurer, ce qui justifie l'intérêt porté sur les convergences et les divergences entre les hommes et les femmes lors des négociations. Néanmoins, cette approche du genre soulève des interrogations beaucoup plus élargies et profondes quant au clivage hétéronormatif homme / femme, comme le signalent Kolb et Putman²²³, argumentent que nous partageons.

Comme le signale Radtchenko-Draillard (2012) la spécificité de la négociation internationale se situe dans la maîtrise des forces, des pouvoirs, des connaissances et des volontés, liés à la complexité identitaire et à la multipolarité culturelle des protagonistes où sa finalité est d'arriver à un accord mutuellement souhaité (même s'il n'est pas toujours équilibré dans le partage des avantages et coûts) et de désigner de nouveaux contours dans les relations internationales. La connaissance réelle de la culture du partenaire commercial s'avère donc cruciale pour plusieurs raisons, d'abord par respect envers celui-ci mais également pour instaurer, entre autres, un climat de confiance entre les interlocuteurs impliqués²²⁴.

Par conséquent, lors de la négociation, la culture peut trouver un moyen véhiculaire pluriel d'expression (i.e., les acteurs qui y participent ; la structure dans laquelle se déroule celle-ci ; les stratégies²²⁵, les processus et les résultats de la négociation ; les niveaux d'influence, les croyances, les conduites et l'identité individuels) (Faure, 2004 : 190-196). Comme le signale cet auteur²²⁶, rendre la négociation intelligible, c'est appréhender le sens que les acteurs donnent à leur activité, c'est saisir leurs perceptions de la situation et d'autrui :

« [...] Le fait de comprendre de quelle façon la culture influence la négociation vous aidera non seulement à conclure le marché, mais vous aidera également à élargir votre répertoire de stratégies de négociation qui peuvent être employées dans des négociations au sein de votre propre culture [...] » (Brett et Gelfand, 2004 : 209)

²²³ *Op.cit*, pp. 63-67

²²⁴ CREPS, *op. cit.*

²²⁵ La culture peut avoir une influence sur les styles de négociation des participants (négociations collaboratives ou concurrentielles), ce qui conduit à des stratégies et des résultats différents (Zarrad et Debadi, 2014 : 5-7)

²²⁶ *Ibid*, p. 187

2.2.2 La négociation franco-espagnole

La France et l'Espagne entretiennent des rapports commerciaux fructueux depuis longtemps. La crise profonde qui a touché l'ensemble de la société espagnole depuis 2008 donne des signes de récupération qui confirment la reprise amorcée en 2014²²⁷. Les données auxquelles nous avons eu accès (datant de 2015) signalent que 11 % des importations espagnoles sont d'origine française²²⁸, ce qui fait de la France le deuxième pays fournisseur de l'Espagne après l'Allemagne (12,1 %), et son premier client (15,7 %). Quant à la France, nous signalerons que 7,2 % de ses exportations vont à destination de l'Espagne, ce qui fait de l'Espagne le quatrième client français²²⁹ après l'Allemagne (16,6 %), la Belgique (7,3 %) et l'Italie (7,3 %). En ce qui concerne les importations françaises, l'Espagne est son sixième fournisseur (6,0 %) après l'Allemagne (17,2 %), la Chine et Hong-Kong (8,7 %), la Belgique (8,0 %), l'Italie (7,3 %) et les États-Unis (6,3 %).

Nous avons indiqué dans le tableau n° 4 un bilan commercial entre la France et l'Espagne (voir tableau n°4)

Tableau n° 4. Bilan commercial entre la France et l'Espagne. Source : ICEX²³⁰

Importations (Esp - Fr) (2014)	29.007 millions d'euro
Exportations (Esp - Fr) (2014)	37.649 millions d'euro
Produits importés (2014) (Esp - Fr)	<ul style="list-style-type: none"> · Véhicules automobiles · Machines et appareils mécaniques · Machines et appareils électroniques · Fonte, fer et acier · Matières plastiques · Produits chimiques organiques · Produits de parfumerie · Lait et produits laitiers
Produits exportés (2014) (Esp - Fr)	<ul style="list-style-type: none"> · Véhicules automobiles · Machines et appareils mécaniques · Machines et appareils électroniques · Combustible minéral

²²⁷ Informations recueillies de l'adresse <https://es.ambafrance.org/Les-echanges-commerciaux-entre-la-France-et-l-Espagne-en-2015> (Date de consultation : 30/09/2017)

²²⁷ *Ibid.* Oficina económica y comercial de la embajada de España en París (2015)

²²⁸ ²²⁸ Données recueillies de l'ICEX (2015). [En ligne] Informations disponibles à l'adresse <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2015404830.html?idPais=FR> (Date de consultation : 30/09/2017)

²²⁹ D'après l'Ambassade de France en Espagne, l'Espagne devient le 3^{ème} client de la France en 2015 derrière l'Allemagne et les États-Unis, gagnant ainsi une place au détriment de l'Italie. Informations recueillies de l'adresse <https://es.ambafrance.org/Les-echanges-commerciaux-entre-la-France-et-l-Espagne-en-2015> (Date de consultation : 30/09/2017)

²³⁰ *Op.cit.*, Oficina económica y comercial de la embajada de España en París (2015)

	<ul style="list-style-type: none">· Matières plastiques· Manufactures de fonte· Viande· Fonte, fer et acier
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Il convient de signaler que les limites sociales à l'internationalisation des entreprises espagnoles font que l'économie du pays soit fermée à l'extérieur (Alonso et ali., 2014 : 10). En effet, l'internationalisation de l'économie espagnole n'a pas été accompagnée d'une internationalisation sociale. Les Espagnols ont une tendance à s'identifier à leur environnement local et régional, ce qui justifie leur faible mobilité à l'international ainsi que leur modeste niveau de compétence en langues vivantes (un Espagnol sur quatre déclare parler une langue étrangère, 24 % d'entre eux a voyagé à l'étranger et 15 % d'entre eux part régulièrement à l'étranger et parle une ou plusieurs langues étrangères) ; en mars 2010, le Baromètre du CIS révèle que plus de 63 % des Espagnols ne connaît pas l'anglais, seul 8,3 % l'étudie et que 74 % ne se sent pas gêné par le fait de ne pas parler de langues étrangères²³¹.

Comme le signalent ces auteurs, la société espagnole reste une société aux attitudes provinciales, aux relations et aux comportements sociaux fermés et peu mobiles, ce qui va avoir une influence manifeste sur les négociations.

2.2.3 L'influence des stéréotypes dans la négociation

Amossy et Herschberg Pierrot (1997 : 34) définissent le stéréotype comme une croyance, une opinion, une représentation concernant un groupe et ses membres induit par la culture d'appartenance (i.e., nous voyons ce que notre culture a défini pour nous²³²) ; leur caractère cognitif est ainsi renforcé, autrement dit, la perception. Leyens et ali. (1996 : 33-49) vont définir le stéréotype comme une croyance évaluative et descriptive partagée au sujet des membres d'une catégorie (i.e., description, évaluation et homogénéité des cibles ; consensus des juges). Il convient toutefois de faire la différence entre stéréotype et préjugé étant donné que ce dernier est essentiellement attitudinal. En effet, le préjugé désigne l'attitude

²³¹ *Ibid.*

²³² *Ibid.*, p. 37. Des catégories telles que l'âge, le sexe ou l'appartenance à plusieurs communautés de vie vont également conditionner l'image que tout en chacun se fait de l'autre.

adoptée envers les membres du groupe en question²³³, généralement négative, comme c'est le cas défini par Allport (1954), mais pas exclusivement, puisque le préjugé peut aussi être une attitude positive. C'est ainsi que, par exemple, les us et coutumes de socialisation en Espagne se traduisent par l'image stéréotypée des Espagnols comme étant des gens très accueillants et très sociables, ce qui peut devenir soit un préjugé négatif (i.e., avoir affaire avec un Espagnol implique avoir affaire avec une personne superficielle ou peu sérieuse) ou soit un préjugé positif (i.e., avoir affaire à un Espagnol implique avoir affaire à une personne qui sait s'amuser).

Pourtant, les stéréotypes ne répondent pas systématiquement à un fonds de vérité car ils peuvent se propager en dehors de toute base objective²³⁴. C'est ainsi que les constructions imaginaires dont l'adéquation au réel est douteuse, voire inexistante, sont favorisées par les media, la presse et la littérature de masse. Par exemple, c'est ainsi que les media ont diffusé l'image du « *Spain is different* » proposée par le ministre du tourisme franquiste Manuel Fraga Iribarne, afin de remédier à le préjugé prétendant que l'Afrique commence au sud des Pyrénées.

Les intentions perçues et les valeurs qui sous-tendent l'action de l'autre sont interprétées à travers le filtre culturel (Faure, 2004 : 190). Le stéréotype est le résultat d'un apprentissage social, et la perception de l'autre varie selon les cultures à travers notamment celui-ci (Zarrad et Debadi, 2014 : 7), mais aussi par la mémoire historique et les expériences personnelles passées (Faure 2004 : 194). Cette réduction cognitive présente une double fonction. En effet, elle intervient comme mécanisme de réduction de la complexité et comme mécanisme de transformation d'une réalité en sa caricature²³⁵. Les stéréotypes sont habituellement considérés comme étant vrais ou faux, mais, de par leur nature, ils sont bénéfiques ou nocifs. C'est ainsi que, comme le signale Radtchenko-Draillard (2003), les gens peuvent exprimer une sympathie et une confiance par rapport aux autres et les juger assez positivement par l'intermédiaire des stéréotypes. Ils accompagnent souvent les

²³³ *Ibid.*, p. 35

²³⁴ *Ibid.*, p. 36

²³⁵ *Ibid.*

sentiments d'amitié, d'estime et d'empathie qui peuvent s'établir entre protagonistes, ce qui peut faciliter une orientation coopérative de la négociation.

De plus, Radtchenko-Draillard (2012) souligne que l'identification culturelle de l'interlocuteur part généralement des caractéristiques attribuées - plus ou moins correctement - au groupe duquel ce dernier se rattache. Les différences culturelles pourront se développer et s'accroître en fonction des contraintes spécifiques de chaque partie et de l'imprévisibilité des conduites humaines des négociateurs.

En outre, l'émergence de stéréotypes de genre est un fait récurrent dans toutes les cultures. En effet, comme le signalent Kolb et Putnam (2004 : 61), les hommes sont socialisés à la séparation et à l'individualisation. Quant aux femmes, leur rôle nourricier, maternalisant et apaisant serait justifié par leur développement social et leur rôle de mère qu'elles sont souvent amenées à jouer. De plus, les femmes accorderaient trop d'importance aux relations interpersonnelles, ne placeraient pas la barre assez haut lors des négociations et seraient trop émotives. Pourtant, les études visant à prouver que les femmes sont plus coopératives et plus orientées vers le relationnel que les hommes ainsi que le lien existant entre les caractéristiques féminines et l'obtention de résultats spécifiques n'ont pas donné de résultats très probants²³⁶. Par conséquent, Kolb et Putman (2004 : 70-71) vont mettre l'accent sur la nécessité d'analyser l'influence du genre dans la négociation ainsi que la manière dont celle-ci s'opère, d'où l'importance des études de cas plutôt que des études en laboratoire qui masquent la plupart des dimensions cachées de la négociation :

« [...] Le genre n'est pas qu'un attribut individuel, mais également un cadre cognitif, qui informe la théorie, la recherche et la pratique de la négociation. Plutôt que de se concentrer sur les déficiences des femmes en négociation, une approche de la négociation fondée sur le genre peut améliorer l'efficacité du processus en mettant en lumière des aspects essentiels que la recherche a jusqu'ici occultés et ignorés²³⁷ [...] »

Leyens et ali. (1996 : 30) se demandent si le stéréotype est une catégorie qui caractérise un groupe ou bien s'il s'agit d'un moyen de distinguer un groupe d'un

²³⁶ *Ibid*, p. 61

²³⁷ *Ibid*, p. 71

autre. Ces auteurs concluent que les traits qui identifient les groupes peuvent être utilisés pour la catégorisation ou pour la distinguabilité de ceux-ci : la catégorisation est véhiculée par un jugement qui va caractériser un groupe déterminé, et la distinguabilité est véhiculée par ce jugement, et permet ainsi de différencier un jugement d'un autre. Les impressions au sujet d'une personne sont également une forme de stéréotype.

Lors de la négociation entre partenaires commerciaux d'origine culturelle différente, le comportement de chacun sera défini par les stéréotypes nationaux. Ceux-ci peuvent y intervenir de façon positive ou négative et ainsi s'ériger comme de véritables accélérateurs de sa réussite ou bien comme des obstacles pour celle-ci. Radchenko-Draillard (2003) signale que des phénomènes de dissonance cognitive liés aux stéréotypes peuvent s'ajouter aux difficultés de communication, ce qui peut provoquer un conflit socio-cognitif entre les interactants.

L'association d'amitié franco-espagnole Diálogo (2014), en partenariat avec le Real Instituto Elcano, a élaboré un dossier sur les regards avisés des deux pays²³⁸. Cette étude souligne les nombreuses voies de collaboration entre l'Espagne et la France qui ont facilité leur connaissance mutuelle, la bonne image réciproque ainsi que leur sympathie mutuelle.

2.2.3.1 L'Espagne vue par les Français

D'après l'étude menée par l'association franco-espagnole Diálogo, 90 % des Français interviewés a une bonne image de l'Espagne. Pour 85 % des Français interviewés, les Espagnols génèrent chez eux assez ou beaucoup de confiance. De plus, l'étude signale que 80 % des Français interviewés considère que les Espagnols leur ressemblent mais 55 % estime que leurs cultures respectives sont différentes.

Par rapport aux caractéristiques ressenties comme inhérentes aux Espagnols (i.e., différentiel sémantique), les Français considèrent qu'ils sont travailleurs et émotifs (notamment chez les personnes interviewées âgées), tolérants, solidaires,

²³⁸ D'après Diálogo (2014 : 3), un total de 120 000 Français habitent en Espagne et 200 000 Espagnols habitent en France.

traditionnels, religieux et pacifiques (mais cette idée diminue en fonction du niveau éducatif, induit par les connaissances relatives à la Guerre Civile espagnole) ; de plus, les Français interviewés évoquent la force de la démocratie espagnole. Les Espagnols sont considérés par les Français comme étant plus modernes, plus travailleurs, plus démocratiques et plus religieux puisque leur religiosité atteint 90 %. En revanche, les Français considèrent que leur pays est supérieur à l'Espagne en matière économique et en raison de son influence à l'international, du rayonnement de la culture française et de l'avenir du pays.

Il est particulièrement intéressant de souligner le sentiment de supériorité des Français vis-à-vis du vin. En effet, pratiquement 100 % des Français interviewés considère que la France produit des vins de meilleure qualité, suivi de l'Italie (pour 60 % des Français interviewés) et de l'Espagne (seulement pour 30 %, ce qui veut dire un Français sur trois). L'huile d'olive est considérée comme ayant une meilleure qualité par rapport à l'huile d'olive française, et 69 % des Français interviewés a goûté la gastronomie espagnole. En revanche, les Français interviewés considèrent que l'Espagne est supérieure à la France par rapport à l'intérêt touristique, à la richesse culturelle, à la production artistique et à la qualité des biens et des services du pays.

Par ailleurs, le prix, le design et la qualité vont être les caractéristiques des produits espagnols (73 %) ainsi que la technologie et l'exclusivité (60 %). Quant aux marques commerciales espagnoles les plus connues en France, les personnes interviewées évoquent Seat (70 %), Desigual (38 %), Zara (30 %), Mango (20 %) et Fagor (15 %). Enfin, 35,9 % des Français interviewés considère que la langue espagnole est un paramètre d'employabilité en France.

2.2.3.2 La France vue par les Espagnols

Cette même étude menée par l'association Diálogo signale que 76 % des Espagnols interviewés a une bonne image de la France. Pour 75 % des Espagnols interviewés, les Français génèrent chez eux assez ou beaucoup de confiance, ce qui fait un différent de 10 % par rapport aux Français interviewés à ce sujet. Par contre, un élément révélateur au sujet de la perception montre que 50 % des Espagnols

interviewés considère que les cultures espagnole et française sont différentes contre 45 % qui estime que les deux cultures se ressemblent.

Par rapport au différentiel sémantique des Français, les Espagnols associent ceux-ci à la force, la démocratie, le travail, la tolérance, la paix, la laïcité et la rationalité. Certains Espagnols interviewés évoquent également le caractère égoïste des Français, ce qui semble un reflet des conflits survenus par le passé en matière de compétence agricole. A ce sujet, les Espagnols interviewés ne sont pas d'accord quant à la qualité des vins français car ils considèrent que le vin espagnol est bien meilleur que le Français (plus de 60 %).

Les Espagnols partagent avec les Français l'idée que la France est supérieure à l'Espagne en matière de développement économique, de pouvoir et d'influence dans le monde, par rapport aux perspectives d'avenir, dans les domaines du luxe et de la mode, dans les domaines de la science et de la technologie ainsi qu'en termes de qualité de vie, de qualité démocratique et, enfin vis-à-vis du respect de l'environnement.

Quant aux marques commerciales françaises les plus connues en Espagne, les personnes interviewées évoquent Renault (58 %), Citroën (42 %), Peugeot (32 %), Carrefour (28 %), Dior (19 %), Chanel (18 %) et Lancôme (13 %). Quant à la gastronomie française, 43 % des Espagnols interviewés a goûté aux spécialités françaises. Enfin, 46 % des Espagnols interviewés considère que la langue française est un paramètre d'employabilité en France, et 67 % serait d'accord pour faire des études universitaires dans une université française.

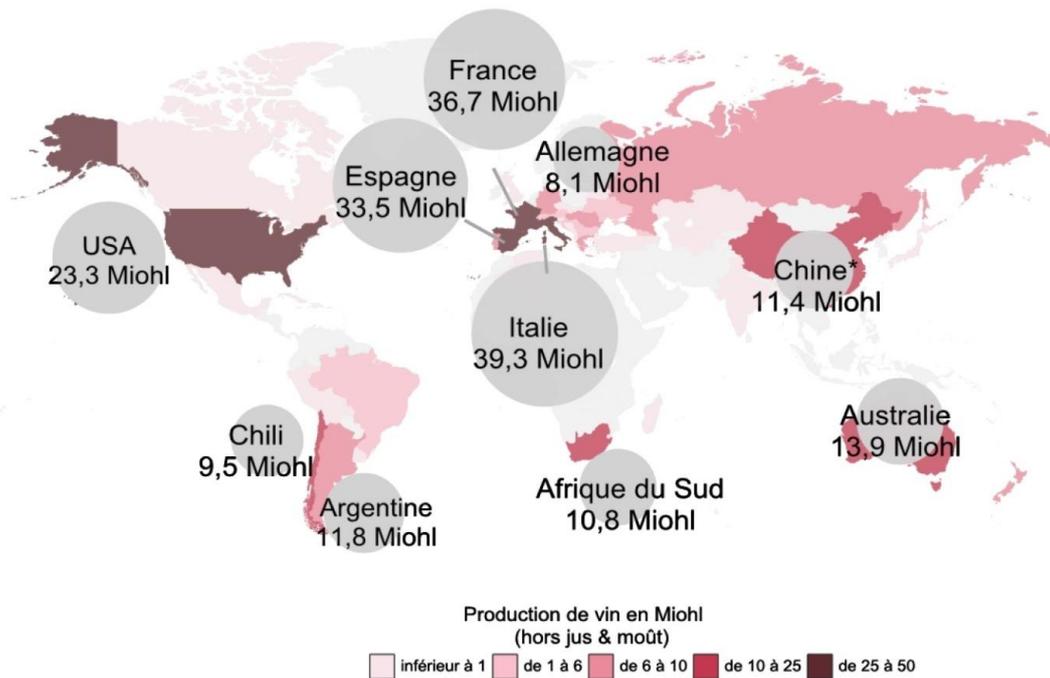
2.3 Le secteur du vin naturel en France et en Espagne

Nous allons apporter les éléments statistiques qui permettent de rendre compte de l'importance du secteur viticole au niveau mondial ainsi que la position de la France et de l'Espagne dans ce domaine.

2.3.1 Le secteur viticole. Le cas de la France et de l'Espagne

D'après un rapport de l'Organisation Internationale de la Vigne et du Vin²³⁹ (OIV), le secteur viticole est en pleine expansion au niveau international en 2016. En effet, la superficie viticole mondiale représente 7,5 millions d'hectares (avec une augmentation de mille hectares par rapport à 2015) (voir figure n° 22)

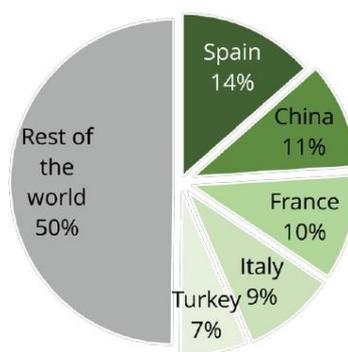
Figure n° 22. Production de vin au niveau en Miohl en 2016 (hors jus et moût). Source : OIV



L'Espagne est le premier pays mondial en surface viticole cultivée, avec 998.000 hectares cultivés, suivie par la Chine (790.000 d'hectares), et puis de l'Italie (7,9 Mha), des États-Unis (7,1 Mha) et la France (6,4 Mha) (voir figure n° 23, p. 119).

²³⁹ <http://www.oiv.int/public/medias/5264/oiv-noteconjmars2017-fr.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

Figure n° 23. Pourcentage de la surface viticole cultivée par pays. Source : OIV



En ce qui concerne la production de raisin, la Chine est le premier pays au monde, avec 14,6 millions de tonnes, suivie de l'Italie (7,9 Mt), des États-Unis (7,1 Mt), de la France (6,4 Mt) et de l'Espagne (6,0 Mt). Le rapport de l'OIV montre également que la production de raisin a atteint 75,8 Mt en 2016, la production mondiale de vins est estimée à 267 Miohl²⁴⁰ et la consommation de vin est calculée à 241 Miohl²⁴¹. Pourtant, la production mondiale de vin prévue pour 2017 attendrait 246,7 Miohl, ce qui représente une baisse considérable de plus de 8 % par rapport à 2016 en raison des conditions climatiques (i.e., sécheresse) qui ont touché les principaux pays producteurs de vin, notamment en Europe (voir figure n° 24). Le rapport de l'OIV souligne la tendance à la consommation de vin en dehors du pays de production, ce qui est révélateur des échanges commerciaux viticoles au niveau international. L'Italie est le premier producteur mondial de vin (37,3 Miohl, 23 % en moins par rapport à 2016), suivie de la France (36,7 Miohl, -19 % par rapport à 2016) et de l'Espagne (33,5 Miohl, -15 % par rapport à 2016).

Figure n° 24. Production mondiale de vin en Miohl (hors jus et moûts). Source : OIV



²⁴⁰ Miohl Millions d'hectolitres.

²⁴¹ <http://www.oiv.int/public/medias/5688/ptconj-octobre2017-fr.pdf> (Date de consultation : 01/10/2017)

Le tableau n° 5 rend compte du rôle moteur de l'Italie, de la France et de l'Espagne dans la production de vin au niveau international (voir tableau n° 5).

Tableau n° 5. Production de vin (hors jus et moûts). Source : OIV

Tableau 1: Production de vin (hors jus et moûts) (1)

Unité: Miohl	2013	2014	2015	2016 Provisoire	2017 Prévision	Variation 2017/2016 en volume	Variation 2017/2016 en %	Rang
Italie	54,0	44,2	50,0	50,9	39,3	-11,6	-23%	1
France	42,1	46,5	47,0	45,2	36,7	-8,5	-19%	2
Espagne	45,3	39,5	37,7	39,3	33,5	-5,8	-15%	3
Etats-Unis (2)	24,4	23,1	21,7	23,6	23,3	-0,3	-1%	4
Australie	12,3	11,9	11,9	13,1	13,9	0,8	6%	5
Argentine	15,0	15,2	13,4	9,4	11,8	2,4	25%	6
Chine*	11,8	11,6	11,5	11,4	11,4	0,0	0%	7
Afrique du Sud	11,0	11,5	11,2	10,5	10,8	0,3	2%	8
Chili	12,8	9,9	12,9	10,1	9,5	-0,7	-6%	9
Allemagne	8,4	9,2	8,9	9,0	8,1	-0,9	-10%	10
Portugal	6,2	6,2	7,0	6,0	6,6	0,6	10%	11
Russie *	5,3	4,9	5,6	5,6	5,6	0,0	0%	12
Roumanie	5,1	3,7	3,6	3,3	5,3	2,1	64%	13
Brésil	2,7	2,6	2,7	1,3	3,4	2,1	169%	14
Hongrie	2,6	2,4	2,8	2,8	2,9	0,1	3%	15
Nouvelle-Zélande	2,5	3,2	2,3	3,1	2,9	-0,3	-9%	16
Grèce	3,3	2,8	2,5	2,6	2,5	-0,1	-5%	17
Serbie *	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	0,0	0%	18
Autriche	2,4	2,0	2,3	2,0	2,4	0,4	23%	19
Moldavie	2,6	1,6	1,6	1,5	1,8	0,3	20%	20
Bulgarie	1,7	0,7	1,3	1,2	1,2	0,0	-2%	21
Georgie*	1,0	1,1	1,3	1,1	1,1	0,0	0%	22
Total Mondial OIV (3)	290,1	269,5	274,7	268,8	246,7	-22,1	-8%	

(1): Pays renseignés avec une production de vin supérieure à 1 Miohl

(2): Estimation OIV sur base UDSA

(3): Estimation OIV: milieu de fourchette d'estimation. Fourchette retenue pour l'évaluation production mondiale 2017: de 243,3 Miohl à 250,1 Miohl

* Report de l'année 2016, chiffres 2017 non encore disponibles

En effet, ce tableau nous permet de constater que la production de vin en Europe est à la baisse. En ce qui concerne l'Espagne, la production est en légère baisse depuis 2013 tandis que la France connaît une tendance à l'augmentation de la production. En outre, d'après l'*Observatorio Español de los Mercados del Vino*, l'année 2016 représente une relance dans la consommation de vin en Espagne avec un taux de croissance qui oscille entre 2,5 % et 4 %, ce qui s'est traduit par un volume total de 9,8 Miohl grâce aux canaux de distribution d'alimentation, de restauration, de vente en ligne et de vente dans les *bodegas*. Les États-Unis est le premier consommateur mondial de vin, avec 31,8 Miohl, suivi de la France (27 Miohl), de l'Italie (22,5 Miohl), de l'Allemagne (19,5 Miohl) et de la Chine (17,3 Miohl). Dans ce sens, la consommation moyenne en Espagne de vin par personne et par an est de 21 litres, contre 53,83 litres au Vatican²⁴², contre 42,5 litres en France et 33

²⁴² https://elpais.com/economia/2017/04/10/actualidad/1491776727_273567.html (Date de consultation : 30/09/2017)

litres en Italie. En outre, nous constatons qu'en Espagne le vin est considéré comme étant un aliment tandis qu'en France le vin est considéré comme une boisson alcoolique, ce qui a une conséquence importante du point de vue fiscal par rapport aux impôts et aux taxes. En ce qui concerne l'exportation de vin en 2016, l'OIV signale que l'Espagne est le premier pays exportateur au niveau mondial avec 22,3 Miohl, suivie de l'Italie (20,6 Miohl) et de la France (14,1 Miohl). Par contre, au niveau des bénéfices, l'exportation du vin espagnol a représenté 2.644 millions d'euros contre 8.255 Mio d'euros pour le vin français et 5354 Mio d'euros pour le vin italien.

2.3.2 Le raisin et le vin

Dans un premier temps, nous allons donner quelques informations générales concernant les variétés de raisin les plus reconnues qui interviennent dans la production de vin. Ensuite, nous allons évoquer les principales caractéristiques des vins afin d'apporter quelques points de repère culturel.

2.3.2.1 Les variétés de raisin

Il existe plus de dix mille variétés de vignes connues dans le monde, et parmi celles-ci il y en a treize qui représentent plus d'un tiers de la surface viticole mondiale. Certains cépages se trouvent disséminés partout dans le monde (e.g., Cabernet-Sauvignon) tandis que d'autres sont géographiquement limités (e.g., Kyoho, en Chine) (voir tableau n° 6) :

Tableau n° 6. Variétés de cépages les plus répandus. Source : OIV

Cépage	Surface (ha)	Destination du raisin
Kyoho	356.000	Consommation
Cabernet-Sauvignon	340.000	Vin
Sultanina	300.000	Consommation, raisin sec, vin
Merlot	266.000	Vin
Tempranillo	231.000	Vin
Airén	218.000	Vin et Cognac
Chardonnay	211.000	Vin
Syrah	190.000	Vin
Grenache Noir (<i>Granacha tinta</i>)	163.000	Vin
Red Globe	160.000	Consommation
Sauvignon Blanc	121.000	Vin
Pinot Noir / <i>Blauer burgunder</i>	115.000	Vin
<i>Trebbiano Toscano</i> / Ugni blanc	111.000	Vin et Cognac

Les variétés les plus répandues en Espagne sont Airén (22 %), Tempranillo (21 %), Bobal (6 %), Garnacha (6 %), Viura (5%). Les deux premiers cépages représentent 43 % de la surface cultivée. Quant à la France, les variétés les plus répandues sont Merlot (14 %), Ugni blanc (10 %), Grenache (10 %), Syrah (8 %) et Chardonnay (6 %).

2.3.2.2 Les types de vin

Nous allons présenter brièvement une classification avec les différents types de vin produits aussi bien en France qu'en Espagne.

D'abord, les vins tranquilles (*vinos tranquilos*) caractérisés par le manque de gaz carbonique $/CO_2/$. En fonction de leur teneur en sucre, les vins sont classifiés de la façon suivante :

- Sec (*seco*) [moins de 4 gr de sucre par litre] ;
- Demi-sec (*semiseco*) [entre 10 et 20 g/l] ;
- Moelleux (*abocado*) [entre 20 et 40 g/l] ;
- Liqueureux (*semi-dulce*) [moins de 40 g/l]
- Liqueureux (*dulce*) [plus de 50 g/l]

Ensuite, nous rencontrons les vins effervescents (*vinos espumosos*), caractérisés par la présence de gaz carbonique $/CO_2/$. En fonction des conditions d'élaboration du vin, ils sont classifiés de la façon suivante :

- Pétillant (*vino de aguja*) [entre 1 et 2,5 bars à 20° C] ;
- Perlant (*perlado*) [entre 0,5 et 1 bar de pression avec du CO_2 dissous supérieur à 0,7 g/l] ;
- Mousseux, (*espumoso*) [la surpression minimale est de 3 bar à 20°C ; il n'y a pas de durée de vieillissement imposée] ;
- Mousseux gazéifié (*gasificado*) [la surpression minimale est de 3 bar à 20°C].

2.3.3 Le vin et les relations commerciales entre la France et l'Espagne

Comme le signale Brémond (2011 : 12) les vins espagnols rencontrent une série d'obstacles pour leur insertion en France. Tout d'abord, les stéréotypes et les idées reçus (ce que nous avons signalé *supra*, Cf. Chapitre 2.2) : les Français considèrent que la France (i.e, le pays du bon vin) produit des vins de meilleure qualité que l'Espagne, et les vins espagnols sont toujours comparés aux vins français en termes de qualité. La France importe très peu de vins fins étrangers, mais paradoxalement elle est le premier pays importateur de vins espagnols en volume (3,22 Miohl en 2008, ce qui représente 19 % du volume de vin exporté par l'Espagne) afin de les destiner aux grands circuits de distribution :

« [...] La France importe donc massivement, et en vrac, des vins espagnols basiques, qui sont par conséquent présents sur la table de nombreux Français, mais invisibles, indétectables, car intégrés à des cuvées de marques de négociants ou de distributeurs locaux, à bas prix [...] » (Brémond, 2011 : 12-13)

Le vin espagnol va majoritairement être destiné à la grande consommation, ce qui va nuire à l'image des vins fins (i.e., *las dos Españas del vino*²⁴³, les deux Espagnes du vin) puisque les vins fins seront malheureusement associés aux vins situés en gamme de prix moyenne-basse (Brémond, 2011 : 13). Comme le signale l'auteur, l'image d'un pays influe sur celle de ses productions, et réciproquement, l'image des productions et des produits rejaillit sur l'image que le public se fait du pays d'origine (Brémond, 2016 : 67).

Brémond (2016 : 69) fait référence à l'idée de marque²⁴⁴ territoriale. En matière de vin espagnol cette idée de marque souligne l'une des principales différences entre les vins français et les vins espagnols : l'opposition binaire et commode entre les vins de marque et les vins géographiques. En Espagne, le vin n'est pas directement relié à un domaine précis (les 81 zones d'appellation contrôlée [*Denominación de origen*] représentent plus de 60 % des vignobles, (voir annexe n° 3, p. 464). Les raisons sont d'ordre historique.

²⁴³ https://elpais.com/economia/2016/10/14/actualidad/1476463887_820050.html

²⁴⁴ « [...] Un vin de marque visera [...] à avoir un goût aussi régulier que possible, facilement reconnaissable, et une qualité constante, de nature à rassurer le client et ainsi le fidéliser [...] » (Brémond, 2016 : 67)

En effet, dans les années 1860 la France a souffert d'une invasion du phylloxéra, un puceron importé inopinément d'Amérique du Nord, plus connu dans le milieu viticole comme le Mildiou. Cette invasion a complètement ravagé le vignoble français, et depuis ce moment-là, la sélection du matériel végétal est passée du vigneron au pépiniériste²⁴⁵. Les négociants bordelais se tournent vers l'Espagne afin de trouver des produits de substitution aux vins locaux ; ils vont descendre jusqu'à la région de La Rioja, très accessible grâce à la ligne de chemin de fer existante entre Logroño et Bilbao. Le problème rencontré par les vignerons bordelais est essentiellement la qualité des vins espagnols puisque leur vin supportait très mal le voyage et le changement de température. C'est ainsi que les vignerons français ont mis en place un système de coopération gagnant-gagnant en apportant aux homologues espagnols leurs savoir-faire professionnels, connus sous l'appellation de « techniques bordelaises » (i.e., travail rigoureux de la culture de la vigne, soin apporté au produit de la vendange, gestion optimale des fermentations et de la vinification en général, élevage du vin en barriques de chêne), ce qui s'est traduit par la production d'un vin de qualité, capable de bien voyager et de se bonifier en vieillissant (Brémond, 2016 : 70).

Les « techniques bordelaises » se sont avérées très bénéfiques mais très contraignantes pour les vignerons puisqu'ils n'avaient pas forcément les moyens d'acheter les barriques, et par ailleurs ils étaient contraints d'atteindre quelques années²⁴⁶ pour vendre leurs vins, qui vieillissaient dans les barriques, ce qui s'est traduit par une rentrée d'argent différée (Brémond, 2016 : 71). Ces circonstances ont été à l'origine du modèle économique qui domine encore de nos jours en Espagne : « *les bodegas industriales* », un changement disruptif du secteur viticole. Les vignerons de la région (au sens large du terme) n'avaient qu'à apporter leurs raisins aux *bodegas industriales* à la fin de la vendange, ils étaient rémunérés par la matière première qu'ils y apportaient, et puis, le processus d'élaboration du vin et sa commercialisation ultérieure correspondait à ces puissantes et imposantes structures

²⁴⁵ Information recueillie de l'adresse http://www.bio-dynamie.org/wp-content/uploads/2015/04/5-Fiche-MABD-biodynamie-viti_Regeneration.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

²⁴⁶ *Vino joven* (1 ou 2 ans) / *vino crianza* (jusqu'à 3 ans) / *vino reserva* (mínimum 3 ans) / *vino gran reserva* (jusqu'à 5 ans)

(« les locomotives de la profession²⁴⁷ »), qui étaient en mesure de supporter les surcoûts occasionnés par ces nouveaux modes de production et qui engrangeaient les plus-values dégagées à terme par la production de vin de qualité (Brémond, *ibid.*). Ce système de production et de commercialisation est encore le dominant dans le secteur viticole en Espagne.

Les vigneron ont ainsi laissé de côté leurs savoir-faire en matière d'élaboration de vin pour se consacrer à la production massive de raisin à destination des *bodegas tradicionales*. Comme le signale l'auteur, plus que le travail du viticulteur et l'origine géographique et géophysique du raisin et donc du vin, c'est bien le travail de la *bodega* qui domine (2016 : 72) dans une logique essentiellement commerciale qui a recours à des techniques de marketing et management de pointe (i.e., les stratégies d'internationalisation : le design des étiquettes et des bouteilles de vin par des designers de renommé, comme David Delfín ou Javier Mariscal²⁴⁸). Le vin, sa qualité et ses propriétés sont identifiés par la *bodega industrial* à laquelle il se rapporte, tandis qu'en France c'est le terroir²⁴⁹, le lieu précis de production du raisin (e.g., le Domaine de la Romanée-Conti, en Bourgogne, un domaine de 25,5 hectares qui produit annuellement quelque 5.500 bouteilles de vin, considéré comme l'un des vins le plus chers au monde²⁵⁰). Toutefois, la réglementation actuelle exige que la mise en bouteille du vin soit réalisée dans la zone de production²⁵¹.

Comme le signale Brémond (2012 : 252), nous constatons actuellement deux tendances contradictoires, d'une part la mondialisation galopante, et, d'autre part, une résistance à cette globalisation accompagnée d'un retour au local, au terroir, au clan, au régional, à un identitaire perçu rassurant. Les vigneron vont reprendre les techniques de production de vin plus respectueuses de la vigne et de la terre pour

²⁴⁷ Brémond, *ibid.*, p. 75

²⁴⁸ Information disponible à l'adresse <http://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/observatorio2/REP2016625712.html> (Date de consultation : 30/09/2017)

²⁴⁹ « [...] La conception actuelle du terroir ne se limite plus à sa composante géophysique, mais y inclut l'intervention humaine, avec ses savoir-faire et ses traditions, ainsi que le paysage, lui aussi largement façonné par l'homme [...] » (Pastor, 2011), cité par Brémond (2015 : 29)

²⁵⁰ « Les grands vins blancs de Bourgogne ne sont pas en reste : le Montrachet Grand Cru du Domaine de la Romanée Conti est ultra-confidentiel, avec seulement 2000 à 3000 bouteilles élaborées. Un vin d'exception, intense, fruité, issu de raisins récoltés à pleine maturité, qui peut parfois présenter une pointe de botrytis ». Le prix unitaire de la bouteille de vin varie entre 4.833 et 14.894 euros. Informations recueillies de l'adresse <http://www.lafdv.fr/std/1374-les-10-vins-les-plus-chers-au-monde> (Date de consultation : 17/10/2017)

²⁵¹ Brémond, *op. cit.*, p. 76

produire leurs propres crus. Pour résoudre l'apparente contradiction entre modernité et tradition, et entre attachement au modèle local et adoption de valeurs, d'usages et d'images exogènes ²⁵², certains vignerons ont adopté d'autres techniques d'élaboration du vin. C'est ainsi que les vins bio, naturel et Demeter vont progresser dans un secteur viticole dominé par la logique du marché.

Le vin biologique est une certification européenne assez permissive dans la mesure où elle n'est pas assez rigoureuse en matière de contrôle, ce qui permet à beaucoup de producteurs de s'inscrire dans cette catégorie. Comme il s'agit d'une certification, une labellisation est donc disponible.

Le vin naturel n'est pas labellisé car il n'existe pas de certification. En France l'association du vin naturel (AVN) propose un cahier des charges qu'il faut respecter mais celui-ci n'a pas de reconnaissance officielle. Par conséquent, le respect de ce cahier des charges permet d'intégrer un réseau de vignerons du vin naturel. Ce cahier des charges est beaucoup plus strict que la certification bio (e.g., le vin blanc commercial comporte jusqu'à 200 milligrammes de sulfites par litre ; le vin blanc bio accepte jusqu'à 150 milligrammes tandis que le vin blanc naturel accepte un maximum de 40 milligrammes de sulfites par litre).

Le vin Demeter est une certification officielle qui répond au vin dit biodynamique, une vision holistique qui lie l'homme à la terre, qui respecte, entre autres, l'absence de pesticides et d'additifs lors de la vinification (e.g., levurage, enzymage, chaptalisation, acidification, adjonction de soufre²⁵³). Étant donné qu'il s'agit d'une certification, une labellisation est également disponible.

En outre, il nous semble pertinent de faire référence aux produits gastronomiques régionaux associés au vin (e.g., *jamón serrano de bellota*, huile d'olive, l'ail noir) qui font parti du patrimoine gastronomique espagnol et représentent un fond identitaire :

²⁵² Brémond (2011 : 17)

²⁵³ <http://www.demeter.fr/consommateurs/vins-demeter/> (Date de consultation : 30/09/2017)

« [...] En contrepoint du *fast food* et d'une alimentation dominante, industrielle et mondialisée, il relève une demande montante d'aliments traditionnels, de qualité, authentiques, de préférence "biologiques" ou "organiques", et ancrés dans un territoire, allant dans le sens d'une recherche de la santé individuelle, du bien-être et de la préservation de l'environnement. En lien direct avec ces aliments [...] se trouvent les usages, les coutumes et les valeurs culturelles qui ont permis de créer certaines formes d'élaboration, de transformation d'aliments parfois uniques, ce qui, allié à des conditions déterminées de climat, de sol, de variétés ou d'environnement, a donné lieu à une offre agroalimentaire et gastronomique unique, différente, originale et spécifique d'un territoire déterminé [...] » (Brémond, 2015 : 29).

En effet, la logique de la *Denominación de Origen*, qui privilégie le territoire et le terroir, l'origine et la tradition locale, se heurte aux intérêts des grandes entreprises productrices de jambon (Brémond, 2015 : 31), raison pour laquelle le réseautage entre petits producteurs, les coopératives et la vente directe au client soient devenus une pratique habituelle.

2.3.3.1 La commercialisation du vin entre la France et l'Espagne

Nous allons aborder brièvement le mécanisme administratif qui permet la commercialisation du vin au niveau européen.

Les exportations ou les livraisons intracommunautaires sont soumises à la TVA (IVA en Espagne). Afin d'encourager les exportations à l'international, un certain nombre de produits bénéficient de la suppression de cet impôt (i.e., régime fiscal suspensif). En effet, le régime suspensif est un système dans lequel un assujetti à la TVA est autorisé à recevoir, non grevés de cette taxe, certains des produits et des services nécessaires à son exploitation ou qui a pour objet de reporter à un stade ultérieur le paiement de la taxe normalement due²⁵⁴.

Par exemple, un vigneron espagnol qui souhaite vendre son vin à un caviste français, va proposer le prix de vente au caviste sans la TVA. Il va donc vendre son vin moins cher au caviste. Étant donné que les frais de livraison sont très élevés, ce système permet au caviste français de faire des économies. De son côté, le vigneron

²⁵⁴ <http://bofip.impots.gouv.fr/bofip/1547-PGP.html> (Date de consultation: 30/09/2017)

espagnol va recevoir par l'État le montant des accises²⁵⁵ qu'il n'a pas appliqués sur la facture du caviste français pour que le tout soit en règle du point de vue de la législation.

Le mécanisme de contrôle qui permet de surveiller cette démarche administrative intracommunautaire est l'EMCS (i.e., système informatisé de contrôle des mouvements de produits soumis à accises / *Sistema de Control de Movimientos de Impuestos Especiales*). Il facilite le suivi des mouvements en suspension de droits des produits soumis à accises au sein de l'UE et enregistre, en temps réel, les mouvements de l'alcool, du tabac et des produits énergétiques pour lesquels des droits d'accises sont encore dus. Ce système a pour but de :

- lutter contre la fraude fiscale grâce à des informations en temps réel et des contrôles portant sur les produits circulant en suspension de droits ;
- sécuriser les mouvements des produits soumis à accises pour lesquels des droits doivent encore être payés, grâce à des contrôles effectués sur les opérateurs avant l'expédition des produits ;
- simplifier les procédures pour les opérateurs grâce à un système électronique normalisé pour l'ensemble de l'UE ;
- accélérer la libération des garanties lorsque les produits arrivent à destination ;
- informatiser les tâches administratives²⁵⁶.

Le fonctionnement de l'EMCS est en principe simple (voir annexe n° 4, pp. 465-469). En effet, le mouvement d'un produit soumis à accises est documenté à chaque étape par un document administratif électronique (DA-e), délivré par l'expéditeur initial, et qui contient des informations sur l'envoi et les mouvements planifiés au sein de l'UE. Ce document est validé dans l'État membre d'expédition. Un registre européen des opérateurs permet de vérifier les numéros d'accises de

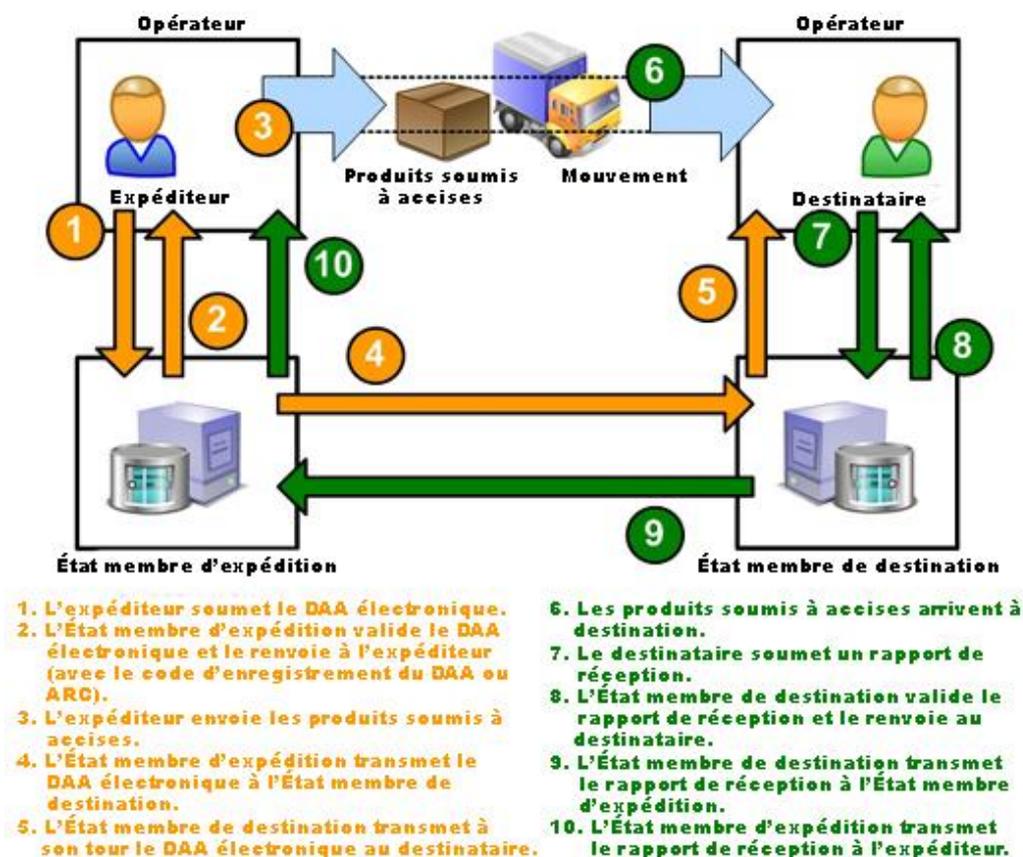
²⁵⁵ « Les droits d'accises sont des taxes indirectes sur la vente ou l'utilisation de certains produits. Il s'agit généralement d'un montant par quantité de produit, par ex. par kg, par hl, par degré d'alcool ou par 1 000 pièces, etc. Toutes les recettes tirées de ces droits reviennent entièrement aux États membres ». Information recueillie de l'adresse https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/excise-duties-alcohol-tobacco-energy/general-overview_fr (Date de consultation : 30/09/2017)

²⁵⁶ Information recueillie de l'adresse https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/excise-duties-alcohol-tobacco-energy/excise-movement-control-system_fr (Date de consultation : 30/09/2017)

l'expéditeur et du destinataire. L'État membre d'expédition transmet le DA-e par voie électronique à l'État membre de destination, qui transmet le DA-e au destinataire. Une fois que le destinataire a reçu les produits soumis à accises, il envoie un « accusé de réception », qui peut alors apurer le mouvement et recouvrer les garanties financières qu'il a dû constituer pour les produits soumis à accises. L'image n° xxx rend compte de la procédure à suivre (voir image n° 25, p. 130).

Pour le cas du vigneron espagnol qui souhaite vendre son vin à un caviste français, il est très important qu'il indique la date à laquelle le caviste français va recevoir la marchandise parce que si le caviste français ne signale pas la réception de celle-ci à la date qu'il a renseignée sur l'EMCS, les douanes espagnoles peuvent considérer qu'il s'agit d'une vente illégale. De son côté, si le caviste français reçoit une marchandise qui ne comporte pas d'EMCS, les douanes françaises peuvent considérer qu'il a fait un achat illégal.

Image n° 25. Itinéraire de l'EMCS. Source : Fiscalité et Union Douanière, UE



SYNTHÈSE DU CHAPITRE II

La négociation est un processus relationnel qui met en relief l'importance de l'interaction entre les différents participants. C'est ainsi que l'échange argumentaire inhérent à toute négociation nous interroge sur la nature discursive de celle-ci. Les rapports entre les acteurs impliqués lors de la négociation seront de nature dissymétrique dans la mesure où elle véhicule des rapports dyadiques dominant – dominé. La fréquence des échanges conversationnels devrait permettre aux individus de s'appropriier les us et les coutumes de l'autre, et ce en vue d'un résultat fructueux.

S'agissant d'une négociation internationale, le cadre de références des partenaires est déterminant pour le bon déroulement du processus de la négociation. C'est ainsi que les idées reçues sur son partenaire commercial peuvent représenter un frein. Dans le cadre de la négociation franco-espagnole, les rapports bilatéraux s'avèrent être très bénéfiques, et l'image mutuelle de chaque pays est plutôt positive, ce qui rend compte du flux commercial existant entre les deux pays

Le secteur viticole espagnol a grandi intellectuellement grâce au savoir-faire des vignerons français. Les possibilités offertes par les vignobles espagnols qui souhaitent sortir des contraintes imposées par les circuits commerciaux classiques doivent saisir l'opportunité de l'internationalisation et ainsi adapter leurs structures aux possibilités d'expansion intracommunautaires offertes. De ce fait, la formation des vignerons devient incontournable, et le réseautage ainsi que les foires internationales devraient aider à la solidification du secteur.

INTRODUCTION AU CHAPITRE III

La mondialisation de nos sociétés met en évidence l'importance de la communication. Le flux de personnes, de capitaux et de marchandises qui caractérisent la mondialisation sont les responsables directs des différentes techniques de communication que l'histoire de l'humanité a connues : l'oral, l'ère de l'imprimé et les médias²⁵⁷ (Huyghe : 2011).

Les différents moyens de communication créés par l'homme déterminent et définissent notre rapport à l'espace, au temps et aux individus. L'arrivée de l'Internet a véhiculé un changement disruptif dans nos façons de communiquer, ce qui s'est amplifié avec la démocratisation de la téléphonie mobile. Les nouvelles technologies pour communiquer ont une forte incidence sur la socialisation des individus et font partie de son quotidien, aussi bien dans le cadre personnel que dans le cadre du travail.

Afin de mieux saisir ces éléments, nous allons aborder la question du paradigme numérique prenant appui sur les Technologies de l'information et de la Communication, sur les réseaux sociaux virtuels et, enfin, sur l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* que nous allons analyser en détail, notamment les pratiques discursives qu'elle véhicule.

²⁵⁷ Disponible à l'adresse https://www.huyghe.fr/actu_429.htm (Date de consultation : 30/09/2017)

3.1 La (r)évolution du paradigme numérique

L'avance scientifique ainsi que le développement ultérieur de l'intelligence artificielle et des nouvelles technologies sont à l'origine de l'émergence d'autres façons de concevoir l'espace public et, de ce fait, les relations sociales. Toutefois, comme l'affirme Castells (1996 : 53), « la technologie ne détermine pas la société : elle la reflète. Mais la société ne détermine pas non plus l'innovation technologique : elle l'utilise ». Depuis les années 2000 nous assistons à une véritable révolution technologique numérique face à laquelle le citoyen doit constamment faire preuve d'adaptabilité ; cette révolution entraîne des changements dans les modèles de socialisation, dans l'organisation de la vie quotidienne et dans les formes de travail qui auront pour conséquence des hommes et des femmes nouveaux (Alcantara Plá, 2017 : 17).

En effet, les nouvelles technologies sont souvent associées, dans l'inconscient collectif, aux changements technologiques survenus au cours des années 90 du siècle dernier. Pourtant, ces changements trouvent leurs racines quelques siècles auparavant, lors de la seconde révolution industrielle.

3.1.1 Les Technologies de l'Information et de la Communication

Caron (1997) évoque les changements provoqués, d'une part, par l'invention en 1720 de la machine à vapeur et, d'autre part, par l'utilité des énergies fossiles, lesquelles ont déclenché l'extraction massive du charbon en vue du développement industriel, processus qui s'est traduit par la première révolution industrielle (1896-1914) ; puis, l'avènement de l'électricité et de la chimie ont été à l'origine d'une évolution technologique, ce qui s'est traduit par la deuxième révolution industrielle (1914-1973) ; enfin, l'électronique et les nouveaux matériaux ont favorisé l'émergence de la troisième révolution industrielle (1973-1992), notion mise en doute par certains. Par exemple, pour le spécialiste de prospective Jeremy RIFKIN la troisième révolution industrielle ne correspondrait pas à cette période historique dans la mesure où elle devrait dériver de la jonction de la communication par Internet et des énergies renouvelables (Arnaud, 2012 ; Tordjman et ali., 2014).

L'électricité fut à l'origine de l'avènement d'innovations technologiques²⁵⁸ et de progrès industriel et social. Ces innovations ont véhiculé le dépassement des barrières spatio-temporelles de la communication interpersonnelle. La commercialisation et l'ultérieure démocratisation de ces technologies ont modifié de façon significative nos modes de vie car, comme le signalent Curien et Muet (2004 : 9) ce qui définit plutôt une révolution, ce sont les changements qu'entraîne la diffusion d'une technologie dans la façon de produire et de consommer, ou bien dans les relations de travail, ou encore dans l'aménagement de l'espace et le développement urbain. La prise en compte de ces circonstances s'est traduite par l'avènement des **Technologies de l'Information et de la Communication** (TIC).

3.1.2 Les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication

À partir des années 80 du siècle dernier, un changement majeur va être opéré grâce aux possibilités offertes par une nouvelle configuration physique qui découle de l'interconnexion du réseau téléphonique et de l'informatique. Comme le signale Castells (2002 : 86) « les progrès de l'informatique et des télécommunications ont permis à une obscure technologie, qui n'avait pas d'application pratique en dehors de l'informatique, de devenir le levier d'une société de type nouveau : la société en réseau ». En effet, cette hybridation technologique va entraîner une révolution non seulement dans les environnements de la communication mais aussi dans l'accès à l'information ainsi que dans la transmission et la création de celle-ci. Ces nouveaux dispositifs technologiques deviennent de plus en plus accessibles aux citoyens et très rapidement populaires. Le principe unificateur de ces « machines à informer » (ou, pour être plus précis, de ces « *machines à communiquer* ») repose sur deux paramètres, la numérisation et la logique algorithmique, qui dicteront leur mode de fonctionnement (Benchenna, 2012 :12) ; le *Videotex*²⁵⁹ est un clair exemple qui

²⁵⁸ À titre d'exemple, nous citerons ici l'invention du télégraphe électrique (1837), de la télécopie (1843), du téléphone (1876), du télégraphe sans fil (1895), de la radiocommunication à ondes décimétriques (1926), de la télévision (1929), de la radiocommunication à ondes hertziennes (1946), des systèmes de communication satellitaire et spatiale (1957), de l'ordinateur personnel (1971) et, enfin, du téléphone portable (1973).

²⁵⁹ « [...] Le *Videotex* est un système interactif [permettant, à la demande de l'utilisateur, l'accès à des banques de données ou la réalisation de transactions (par exemple messagerie, achats et banque électronique) et la visualisation, sur un écran de télévision ou sur un terminal écran spécifique (type annuaire électronique : *Minitel*), de pages d'informations transmises par le réseau téléphonique [...]] ». (ANCELIN, 1983). Inspiré du *Videotex* anglais des années 70 du siècle dernier, le *Minitel* commence sa commercialisation en France en 1982, et connaît un succès indéniable. À la fin des années 90, le

permet de mettre en exergue les possibilités technologiques induites par le réseau filaire de communication.

La symbiose entre les ordinateurs et les systèmes de communication aura pour conséquence la constitution exponentielle de réseaux informatiques. De ce fait, l'information deviendra de plus en plus dépendante du numérique. En effet, c'est grâce aux chiffres 1 et 0 que toute sorte d'information est désormais susceptible d'être représentée, exprimée et transférée sous la forme algorithmique ; les ordinateurs auront la possibilité de pouvoir agir avec l'information par le biais de ces chiffres grâce à la logique algorithmique : l'information devient des données²⁶⁰. L'ampleur de ce phénomène, connue sous l'appellation de **l'ère de l'information** (Castells, 1996), sera sans précédent. L'ère de l'information va s'appuyer sur le développement de systèmes décentralisés et coordonnées par le transfert d'informations à travers un réseau planétaire (Curien et Muet, 2004 : 10). Ces « *machines à communiquer* » vont provoquer un changement conceptuel qui permet de passer du modèle TIC au modèle des **Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication** (NTIC).

Ce nouvel acronyme restera toutefois marginal dans la mesure où la dénomination « Technologies de l'Information et de la Communication » permet de gommer l'indéfinition qui découle des sens véhiculés par l'adjectif « nouvelles », tels que « progrès », « éphémère » et « innovation ». En effet, l'avancée dans les domaines de la science et de la technologie, subsidiaires de la société de consommation, met en évidence le caractère éphémère des innovations technologiques conduisant au déterminisme technologique²⁶¹ (Diéguez, 2008) et à la dévotion pour toutes les innovations technologiques du fait de leur nouveauté (ou

service français *Minitel* a enregistré plus de 100 millions de connexions mensuelles et 25 millions d'utilisateurs. En ce qui concerne l'Espagne, la compagnie *Telefónica* proposera cette technologie en 1983, connue sous le nom d'*Ibertex*, dont le succès commercial sera néanmoins mitigé en raison de l'arrivée d'Internet.

²⁶⁰ Pour Porat l'information sont les données qui ont été organisées et communiquées (PORAT, 1977), cité en Castells (1996 : 55).

²⁶¹ Gordon Earle Moore, co-fondateur de la société *Intel* avec Robert Noyce et Andrew Grove, annonçait en 1965 un doublement du nombre de transistors sur une puce électronique tous les deux ans ; cette prédiction est connue sous le nom de « loi de Moore ». Néanmoins, il s'agissait d'une stratégie commerciale soigneusement respectée par les fabricants de microprocesseurs afin de suivre le rythme imposé par la logique marchande. Gévaudan (2016). Article de presse disponible à l'adresse http://www.liberation.fr/futurs/2016/02/17/microprocesseurs-la-loi-de-moore-patine-et-c-est-tant-mieux_1434035 (Date de consultation : 30/09/2017).

cyberfétichisme) (Alcántara Plá, 2017 : 30). Ces circonstances vont entraîner l'obsolescence technologique²⁶², raison pour laquelle l'adjectif « nouvelles » manquerait de sens : l'appellation « nouvelles » véhicule une qualité universelle (puisqu'elle est acceptée par tous) et éphémère (puisqu'elle est limitée dans le temps ; ce qui est nouveau aujourd'hui sera démodé demain). Comme le signale Ischy (2002 : 22), le numérique est au cœur des NTIC et il serait donc souhaitable de faire plutôt allusion aux « technologies numériques », ou bien aux « médias numériques » pour identifier avec plus de précision ce dont il est réellement question et, par ailleurs, afin de se démarquer du discours d'accompagnement sur la *société de l'information*²⁶³.

Les années 90 du siècle dernier marquent le début d'Internet et, avec lui, le début de ce que l'on appelle les « communautés virtuelles ». L'interaction entre la recherche universitaire fondamentale, les programmes de recherche militaire et la contreculture radicale libertaire aux États-Unis à la fin des années 1960 va se traduire par la création d'Internet (Castells, 2010). En effet, la DARPA (*Defense Advanced Research Projects Agency*) voulait mettre en place un réseau de transmission de données à grande distance entre différents centres de recherche. Ce réseau de « transfert de paquets » a été créé en 1969 sous le nom d'ARPANET (*Advanced Research Projects Agency Network*) reliant initialement l'*University of California, Los Angeles* (UCLA) et le *Stanford Research Institute* (SRI) pour, ensuite, relier également l'*University of California, Santa Barbara* (UCSB) et *The University of Utah*. Le réseau ARPANET a continué de relier d'autres organismes au fil du temps, mais c'est la création du *World Wide Web* par Tim Berners-Lee en 1991 qui marquera l'internationalisation du phénomène connectique puisque le *World Wide*

²⁶² L'obsolescence technologique peut être fonctionnelle, d'évolution ou programmée. L'obsolescence fonctionnelle fait référence à un produit qui ne répond plus aux nouveaux usages attendus, pour des raisons techniques, réglementaires et/ou économiques ; l'obsolescence d'évolution fait référence à un produit qui ne répond plus aux envies des utilisateurs qui souhaitent acquérir un nouveau modèle du fait d'une évolution de fonctionnalité ou de design ; enfin, l'obsolescence programmée dénonce un stratagème par lequel un bien verrait sa durée normative sciemment réduite dès sa conception, limitant ainsi sa durée d'usage pour des raisons de modèle économique. (ADEME, 2012 : 14-15).

²⁶³ Terme introduit en 1973 par le sociologue Daniel Bell pour qui la société post-industrielle sera axée sur la connaissance théorique. Cette société prendra appui sur l'information, et la nouvelle économie doit avoir pour structure centrale les services fondés sur la connaissance. Castells préfère parler de *société informationnelle* dans la mesure où « le terme informationnelle caractérise une forme particulière d'organisation sociale, dans laquelle la création, le traitement et la transmission de l'information deviennent les sources premières de la productivité et du pouvoir, en raison des nouvelles conditions technologiques apparaissant dans cette période historique-ci ». (Burch, 2006).

Web est un « système d'interface graphique, très ergonomique et très facile d'utilisation, qui permet de passer d'une page ou d'un site à un autre en "cliquant" sur un lien dit "hypertexte" et qui permettra l'accès au réseau aux utilisateurs n'ayant pas beaucoup de connaissances en informatique, ce qui entraînera la multiplication des sites *Web* en peu de temps²⁶⁴ ».

La pénétration d'Internet au niveau mondial est sans précédent. Le réseau Internet français RENATER²⁶⁵ (Réseau National de Télécommunications pour la Technologie, l'Enseignement et la Recherche, premier réseau Internet français) apparaît en 1992, fruit des recherches menées par le CERN et le Centre de Cadarache, entre autres. Le réseau Internet espagnol *Dónde?* apparaît en 1993, fruit des recherches menées par le *Departament d'Educació de la Universitat Jaume I de Castelló*. À la lumière de l'ampleur de son évolution et afin que ce puissant instrument de publication demeure ouvert, un consortium a été créé en 1994 pour gérer son évolution. Internet commence son véritable développement mondial en tant que réseau des réseaux après le lancement de l'application *World Wide Web*, également connue sous les appellations de **Web traditionnel**²⁶⁶, **Web 1.0** ou **Web passif** (voir tableau n° 7, p. 137).

Cet élargissement des fonctionnalités, des capacités des équipements, et des installations utilisées pour communiquer par l'intermédiaire des réseaux téléphoniques (ou « convergence technologique ») (Melody, 2012) représente l'une des principales technologies du XXI^{ème} siècle et un véritable changement paradigmatique qui aura une forte répercussion dans la modélisation des relations

²⁶⁴ Informations relatives à l'historique des réseaux obtenues de « La documentation Française » [En ligne]. Disponibles à l'adresse <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/dossiers/internet-monde/historique.shtml> (Date de consultation : 30/09/2017).

²⁶⁵ Schafer apporte des informations complémentaires sur l'histoire de RENATER dans son article « Que nous apprend l'histoire de RENATER ? », paru dans les actes des Journées Réseaux de l'Enseignement et de la Recherche (JRES) en 2013. [En ligne]. Disponible à l'adresse https://2013.jres.org/archives/10/paper10_article.pdf (Date de consultation : 30/09/2017).

²⁶⁶ « [...] le choix d'utiliser le terme de *Web* par rapport à celui d'Internet n'est pas négligeable. Outre l'effet marketing d'un terme plus court, le *Web* et l'Internet sont parfois difficiles à distinguer pour l'internaute lambda. Internet désignant un réseau de réseaux tandis que le *Web* est une application d'Internet. Le *Web* se réfère ainsi plus à l'aspect informationnel qu'à la structure physique. Il ne faut pas oublier que le *Web* n'est historiquement que le troisième terme du WWW (*World Wide Web*). L'appellation *Web* renvoie à une vision de réseau extrêmement interconnecté basé sur des hypermédias doublement reliés [...] ». (Le Deuff, 2007 : 3).

sociales : la « société réseau », caractérisée par la prééminence de la morphologie sociale sur l'action sociale (Castells, 1996 : 548).

Tableau 7. Évolution et caractéristiques de la Web²⁶⁷. Source : CC c-Marketing.eu (adapté).

	Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0
Appellation	• Web traditionnel.	• Web social	• Web sémantique.
Période	• 1991-1999.	• 2000-2009	• 2010-xxxx
Focus	• Connecte les informations. • Orienté entreprises et institutions.	• Connecte les personnes. • Orienté communautés et « tribus » (web démocratisé)	• Connecte le savoir. • Orienté individu dans son contexte.
Objectif	• Donner accès au contenu en ligne. • Présenter des produits au consommateurs.	• Partager du contenu.	• Consolider et intégrer des contenus dynamiques.
Concept	• Système « push ». • Distribution d'information.	• Interactions. • Conversations entre individus.	• Curation. • Compréhension et exploitation des données.
Architecture	• Portails d'information, sites web statiques (<i>Read-Only</i>). • Interface + contenu + programme..	• Plateformes interactives (<i>Read, Write and Share</i>). • Sites dynamiques, blogs, microblogs, wikis, <i>web services</i> & <i>web applications</i> pour connecter les programmes et contenus.	• <i>SaaS</i> (logiciel = service) & <i>Cloud</i> (ubiquité et portabilité). • Les <i>webs services</i> occupent la place centrale et connectent les supports et les applications à travers des interfaces simplifiées.
Langage	• Protocoles HTTP, HTML • XML, Java & JavaScript.	• XML + RSS (flux de contenus).	• XML. • RDF + OWL + SWRL.
Données	• Création de programmes propriétaires lourds et chers.	• Multiplication des programmes <i>open source</i> qui démocratisent la web. • Licences <i>Creative Commons</i> : ouverture et partage des logiciels et ressources.	• Transforme la web en une base de données géante, divisée en groupes avec une multitude de liens entre eux pour croiser les données. • Intégration des metadata dans les ressources accessibles partout, à tout moment et sur n'importe quel support.
Contenu	• Contenu limité (hypertextes + multimédia) créé par des professionnels.	• Contenu illimité créé par des utilisateurs amateurs et professionnels • <i>Rich media</i> .	• Contenu organisé par les utilisateurs. • Réalité augmentée.
Outils de communication	• Courrier électronique (<i>email</i>). • Forums.	• Réseaux sociaux. • Plateformes collaboratives. • SMS . • MMS. • <i>Video-streaming</i> .	• Tous les outils précédents adaptés à l'Internet mobile (tablettes, <i>smartphones</i>). • Des outils <i>cross media</i> tels que QR codes ou RFID.
Applications	• Applications commerciales, émergence de l'e-commerce et du <i>panier shopping</i> . • Catalogues produits en ligne, encyclopédies en ligne.	• Multiplication des applications participatives pour communiquer (blog, Twitter), partager (Facebook, LinkedIn, Flickr, Youtube, etc.), transformer des données (RSS & XML), <i>tagger</i> (Digg), présenter (<i>Slideshare</i>), etc.	• Applications personnalisées (Netvibes, igoogole). • Applications 3D, création de mondes virtuels, <i>serious games</i> , <i>social gamers</i> .
Utilisateur	• Consommateur passif (« <i>Read only</i> » ou « <i>View and link</i> »). • Le web est un énorme magazine en ligne que l'utilisateur consulte.	• Consommateur et acteur. Néanmoins, seule une minorité devient acteur « <i>read and write</i> », la majorité se contente d'un engagement restreint « <i>read and share</i> ».	• Émergence du <i>consomm'acteur</i> . Consommateur engagé. Utilisateur de plus en plus actif, mobile, toujours connecté.
Technologie de recherche	• Répertoires. • Moteurs de recherche sur base de mots clés (= taxonomies).	• Recherche sur base de mots clés (<i>tags</i>) partagés et croisés (= <i>folksonomies</i>).	• Recherche contextuelle grâce à des filtres (= <i>me-onomy</i>). • Recherche sémantique en langage naturel. • Recherche visuelle.
Flux	• « <i>One to many</i> ». • Sens unique.	• « <i>Many to many</i> ». • Échanges dynamiques.	• « <i>Many to one</i> » • Flux digital continu.
Relation	• Linéaire, transactionnelle.	• Distribuée, segmentée, échanges.	• Contextuelle.
Obstacles	• Programmes très chers et peu rentables. • Absence de contexte. • Peu d'interaction avec les utilisateurs. • Lent et lourd.	• Infobésité : trop de contenu de qualité très inégale. • Accessibilité : technologie qui ne permet pas encore une vraie portabilité. • Manque de personnalisation : il est difficile de sortir du lot.	• Difficulté de combiner le web des données (scientifique et rigoureux) avec le web social (instantanée, basé sur les émotions). • Danger d'« envahissement » par un web omniprésent.

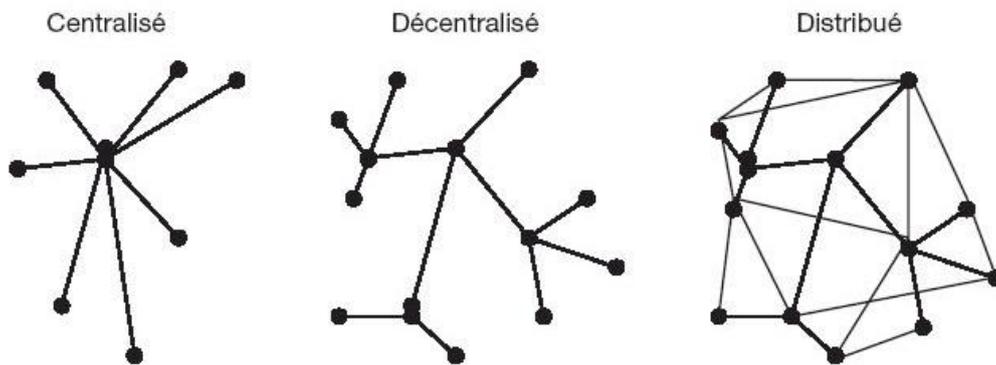
L'étendue d'Internet au niveau mondial est un fait inexorable, favorisé par deux paramètres fondamentaux : ses propres caractéristiques ²⁶⁸ de réseau

²⁶⁷ Licence *Creative Commons* (BY NC SA) [En ligne] Disponible à l'adresse <https://c-marketing.eu/du-web-1-0-au-web-4-0/> (Date de consultation : 30/09/2017).

²⁶⁸ « [...] Paul Baran [...] a défini des orientations qui restent encore aujourd'hui caractéristiques de la structure d'Internet : dissémination de la puissance informatique entre nœuds et redondance de certaines composantes et fonctions du réseau, afin de réduire le risque de déconnexion. La flexibilité,

distribué²⁶⁹ (voir figure n° 26) ainsi que la prolifération de toute une série de logiciels capables d'envoyer et de recevoir de l'information depuis et/ou vers n'importe quel ordinateur. En effet, ce réseau gratuit, ouvert et distribué est devenu un standard au niveau international qui puise sa force dans sa base installée, l'administration déconcentrée, les avancées dans les technologies de la communication et du multimédia et, enfin, les prix à la baisse (Curien et Muet, 2004 : 20-22).

Figure n° 26. Différents types de réseaux. Source : Muet (2006 : 348).



Le *Web* 1.0 est une structure essentiellement statique, centrée sur la distribution d'informations en vue de rendre visibles des biens ou des services pour l'utilisateur, qui ne peut que consulter les pages qu'il visite sans aucune possibilité d'interaction avec le site *web* (Tillinac, 2006 ; Waterschoot, 2012). Ce *Web de documents* représente une fenêtre ouverte sur le monde qui va bouleverser l'accès au savoir car le *Web*1.0 va remplir des fonctions traditionnellement dévolues aux bibliothèques (Muet 2006 : 366).

À partir des années 90, le nombre d'utilisateurs d'Internet augmente de façon exponentielle. Toutefois, le fonctionnement des technologies de l'informatique n'est évident ni à la portée de tout le monde et, de ce fait, les rapports que l'utilisateur aura avec cet environnement numérique détermineront une catégorisation d'utilisateurs (voir tableau n° 8, p. 139).

l'absence de centre de commandement unique, l'autonomie renforcée de chaque nœud, assuraient la capacité du système à résister des destructions locales (propriété de résilience) [...] ». (Curien et Muet, *op. cit.*, p. 20).

²⁶⁹ « [...] Dans un réseau distribué [...] la redondance des liens permet de joindre deux nœuds quelconques par des routes différentes et il n'existe véritablement ni centre ni périphérie [...] ». *Ibid.*, p. 21.

Par son impact sur l'accès aux connaissances, « l'école est le socle de la société de l'information²⁷⁰ ». En effet, comme le signale Lozano (2011 : 1), les utilisateurs du *Web 1.0* rencontrent des difficultés pour pouvoir utiliser les technologies de l'informatique. L'apprentissage de la technologie caractérise le modèle TIC en raison de la nécessité de doter les utilisateurs des connaissances technologiques purement informatiques. Par conséquent, et dans ce contexte précis, les TIC avaient pour objet la compréhension du fonctionnement des technologies de l'information et de la communication, ce qui s'est traduit par la mise en place de formations adaptées destinées aux utilisateurs novices pour qu'ils soient capables de les maîtriser. L'apprentissage des technologies de l'information et de la communication devient donc incontournable ; c'est pour cette raison que les TIC sont étroitement liées à la société du XX^{ème} siècle (Lozano, 2011 : 2).

Tableau 8. Type d'utilisateur. Source : Hernández et ali., 2010 : 123) (adapté et traduit).

Type d'utilisateur	Interaction avec le contenu numérique	Publication sur le web
Utilisateur 1.0	L'utilisateur 1.0 est passif, sa participation sur le web n'est pas limitée par sa décision mais la plateforme.	La plateforme ne le permet pas.
Utilisateur 2.0	L'utilisateur 2.0 est actif, conscient de sa participation dans un monde numérique fortement social. Il n'est pas forcément le créateur des contenus, même s'il les retransmet et en fait la divulgation.	Il partage, collabore et met en évidence son existence numérique.
Consommateur	Le consommateur est un utilisateur qui reçoit le contenu numérique de façon passive.	Il ne publie pas sur le web.
Prosommateur	Le prosommateur est un utilisateur qui génère du contenu numérique, que ce soit sous forme de texte, d'image, de vidéo ou d'audio.	Afin de comprendre que, par définition, cet utilisateur publie sur le web, cette catégorie solliciterait un producteur / co-producteur 2.0 (producteur / co-producteur dans le <i>cloud computing</i>)
Génération du changement de millénaire	Ils entretiennent des rapports avec l'environnement numérique et son contenu dès leur naissance. De ce fait, leur interaction avec le contenu numérique est naturelle.	Il est fort probable qu'ils partagent les caractéristiques d'un utilisateur 2.0 et celles d'un prosommateur mais le point de vue générationnel ne définit strictement pas leurs compétences numériques.
Natif numérique	Le natif numérique entretient, dès sa naissance, des rapports avec le contenu numérique.	Il consomme et produit des contenus sur le web ; il peut être un utilisateur 2.0 et un prosommateur.
Migrant numérique	Le migrant numérique est également défini par son âge. Même si ses compétences numériques pourraient être similaires à celles du natif numérique, la différence se trouve dans la façon de se conduire dans le monde numérique.	Le migrant numérique pourrait être social et également créateur de contenus ; la catégorisation ne limite pas ses compétences numériques.
Résident numérique	Cet utilisateur est défini par son lieu de résidence : le monde numérique, sans considérer qu'il existe une séparation avec le monde physique.	Le résident numérique est social et créateur de contenus.
Visiteur numérique	Le visiteur numérique est défini par le lieu qu'il visite –le monde numérique– mais aussi par son lieu de provenance, c'est-à-dire, le monde physique, le monde réel.	Le visiteur numérique pourrait être social et, par ailleurs, créateur de contenus mais celui-ci, à la différence du résident numérique, pourrait avoir moins de confiance et d'aisance dans l'espace virtuel.
Illettré numérique	L'illettré numérique est défini par son âge. Il ne possède pas de technologie numérique ni de compétence numérique.	Il ne publie pas sur le web.

²⁷⁰ Conseil stratégique des technologies de l'information (Curien et Muet, *op.cit.*, p. 59).

Afin de faciliter à l'utilisateur la recherche d'informations dans *la plus grande bibliothèque du monde*, les premiers moteurs de recherche vont être mis à sa disposition²⁷¹. C'est grâce aux moteurs de recherche que l'utilisateur deviendra progressivement un *consommateur* de l'information et, par conséquent, un agent actif lors des interactions qui vont se produire entre lui et le système technologique (*consom'acteur*).

Les réseaux numériques permettent la circulation des contenus d'information grâce à la dématérialisation de l'information. Comme l'affirment Curien et Muet (2004 : 32), l'avènement des TIC en réseau rend possible une dissociation complète entre l'information et son support physique ; le lien contenant / contenu est rompu et les réseaux numériques vont permettre la circulation de contenus d'information débarrassés de la gangue de tout contenant, ce qui entraînera le développement de la compétence informationnelle²⁷² des utilisateurs.

Comme l'évoque IFRAH (2010), le comportement des *internautes* en matière de recherche d'informations va se développer progressivement, et le niveau d'exigence des utilisateurs sur l'architecture des données restituées par les moteurs de recherche sera de plus en plus élevé. Pourtant, cette dynamique va entraîner un accès excessif aux informations susceptible de provoquer, d'un côté, l'*infoxication*²⁷³

²⁷¹ Conçu par quatre étudiants de l'Université canadienne de McGill (Montréal), *Archie* est le premier moteur de recherche à apparaître le 10 septembre 1990. À partir de cette date, le nombre des moteurs de recherche a considérablement augmenté en une décennie : *Gopher* (1991), *Wanderer* (1993) ; *Aliweb*, *Yahoo!*, *WebCrawler* et *Infoseek* (1994) ; *AltaVista*, *MSN Search*, *Lycos* et *Excite* (1995) ; *Inkomi*, *BlackRub*, *¡Olé!*, *Ozú*, et *AskJeeves* (1996) ; *Open Directory*, *Overture*, *Google* et *Voilà* (1998) ; *Fast* et *AllTheWeb* (1999) ; enfin, *Teoma* et *Exalead* (2000).

²⁷² La compétence informationnelle (ou littératie numérique) peut être définie comme « la reconnaissance de ses besoins d'information et les capacités d'identifier, de trouver, d'évaluer et d'organiser l'information – ainsi que de la créer, de l'utiliser et de la communiquer efficacement en vue de traiter des questions ou des problèmes qui se posent » (Woody Horton, 2008 : 69). D'après l'OCDE, la littératie numérique est « l'aptitude à comprendre et à utiliser l'information écrite dans la vie courante, à la maison, au travail et dans la collectivité en vue d'atteindre des buts personnels et d'étendre ses connaissances et ses capacités ». (OCDE, 2000 : 10), Nous retiendrons ici la définition proposée par le didacticien français Christian Puren (2010 : 1), pour qui la compétence informationnelle est « la capacité à agir sur et par l'information en tant qu'acteur social ».

²⁷³ Cornella propose le concept *infoxication* en 1996. Pour lui, l'*infoxication* est une intoxication due à l'excès d'information, autrement dit, à l'*information overload* [terme proposé par Bertram Myron GROSS en 1962] ; c'est le fait de recevoir constamment des centaines d'informations chaque jour, ne pas avoir le temps de les traiter, et rien pouvoir approfondir. C'est le *working interruptus*, le résultat d'un monde où ce qui est mis en valeur c'est l'exhaustivité (tout au sujet de) face à la pertinence (le plus important). Informations disponibles à l'adresse <http://alfonscornella.com/thought/infoxicacion/> (Date de consultation : 30/09/2017).

et, de l'autre, l'*infobésité*²⁷⁴. Outre l'accès aux informations, l'utilisateur aura également la possibilité d'acheter en ligne (même s'il avait déjà la possibilité de faire la vente par correspondance sur *Minitel*), de faire des rencontres avec d'autres utilisateurs ou bien de participer dans les salons de discussion en ligne (*chat room*).

A partir de l'année 2000, le *Web* 1.0 va subir une évolution. Le *Web* traditionnel va devenir multidirectionnel et de fonctionnalité accessible (De Salas, 2010 : 3) qui va privilégier une nouvelle dimension émergente de partage et d'échange tant au niveau des informations que des contenus (Waterschoot, 2012). En effet, les utilisateurs auront la possibilité de communiquer entre eux à titre individuel (*communication adressée*) et/ou de façon collective (*communication flottante*²⁷⁵). Comme le signale Muet (2006 : 367), cette convergence induit une hybridation des processus de création de valeur respectivement associés à chacun de ces deux modes de communication. Les utilisateurs auront désormais la possibilité de laisser des commentaires sur les pages *web* qu'ils visitent ; ils pourront également rédiger leurs propres blogs et apporter des contributions dans des espaces de partage d'information (plateformes wikis). Les interactions entre les utilisateurs vont se traduire par le co-développement des outils informatiques, l'entraide, le conseil, l'évaluation et la création des espaces d'expression, en forgeant ainsi des réseaux relationnels (Kepeklian, 2010 : 18). Par conséquent, la capacité connective et collective du réseau va favoriser le développement de toute une série de processus sociaux et culturels connus sous l'appellation²⁷⁶ de **Web 2.0** ou **Web social** (Hernández et coll., 2014 : 115) (voir tableau 6, p. 124). Comme le signale Aparici Merino²⁷⁷, ce nouveau *Web* permet d'établir une relation constante, démocratique, participative et de collaboration entre les différents participants du cyberspace.

²⁷⁴ Shenk propose le mot *infobesity* en 1993. Pour lui, l'*infobésité* désigne « le trop-plein de masse grasse provoqué par le bombardement d'informations étouffant nos processus intellectuels, rapprochant une problématique nouvelle identifiée d'une pathologie connue et redoutée, l'obésité [...] Dans le cas particulier de l'*infobésité*, la somme immense – la surcharge – de données informationnelles reçue nous interdit de les assimiler correctement et donc de les réemployer, engendrant une impuissance communicationnelle pour les personnes et les organisations qui en souffrent ». (Sauvajol-Rialland, 2014 : 5).

²⁷⁵ Curien et Muet, *op.cit.*, p. 32.

²⁷⁶ Dale Dougherty propose en 2004 l'appellation de « *web 2.0* ». Dougherty est l'un des pionniers de l'Internet et le fondateur du premier portail *web* (*Global Network Navigator*) qui sera, par ailleurs, le premier site à inclure de la publicité en 1993. La première bannière publicitaire professionnelle a été réalisée en 1994 aux États-Unis, et deux ans plus tard en France.

²⁷⁷ Cité par Hernández et coll., *op.cit.*, p. 4.

Afin de modifier les informations présentes sur le *Web*, les utilisateurs ont la possibilité d'intervenir sur les bases de données de plusieurs façons. D'abord, les utilisateurs peuvent y intervenir en modifiant le contenu (pour y ajouter, changer ou supprimer des informations, ou bien y associer d'autres données aux informations déjà existantes) ; puis, en modifiant la présentation du contenu ; enfin, en modifiant simultanément et son contenu et sa présentation. Par conséquent, le *Web 2.0* fait référence aux outils et services d'Internet qui s'appuient sur une base de données susceptible d'être modifiée par les utilisateurs de ces services, qui deviennent ainsi des *prosommateurs*²⁷⁸ de contenus (voir tableau 7, p. 140). Comme le signale Madelin (2016) :

« [...] Une nouvelle espèce apparaît : le "prosommateur", mi-producteur, mi-consommateur. Son importance ne fait que grandir. Des tâches, hier confiées à d'autres, sont réintégrées dans l'économie domestique [...] Bien entendu, les technologies numériques, les échanges sur le *web* et les réseaux sociaux contribuent au développement de cette "*prosommation*" [...] L'immense majorité des connaissances de l'humanité est aujourd'hui disponible gratuitement sur le *web* [...] Si l'on considère la connaissance comme la source d'énergie de la nouvelle économie, celle-ci à la différence de ressources naturelles, est non seulement inépuisable mais en constante expansion ».

3.1.3 Les Technologies de la Relation, de l'Information et de la Communication

De nouveaux espaces virtuels d'expression et d'échange autogérés vont très rapidement apparaître ; il s'agit des réseaux sociaux virtuels²⁷⁹ (RSV) (Cf. chapitre 3.2.4.). La mise en réseau des utilisateurs y sera prépondérante pour communiquer, partager, coopérer et créer des communautés d'intérêts, de savoirs, de loisirs, de rapports, d'échanges et d'amitié ; autrement dit, pour partager des connaissances,

²⁷⁸ Le néologisme *prosommateur* est issu du mot anglais *prosumer*, crée par le sociologue Alvin Toffler en 1980.

²⁷⁹ Le *Web* social emmène vers le développement structurel des supports d'échange. Ainsi, nous pouvons signaler comme précurseurs le chat de messagerie instantanée *msn* (1999) et le système de partage de fichiers pair-à-pair *Napster* (1999). Puis, une profusion de supports de partage et d'échange seront développés et mis à la portée des utilisateurs comme, par exemple, les *weblogs*, les *podcast* et les *audioblogs* à partir de l'année 2000 ; *Friendster* (2002) ; *del.icio.us*, *Myspace* et *Second Life* (2003) ; *Facebook*, *Simpy* et *43 Things* (2004) ; *Youtube* (2005) ; *Twitter*, *Tuenti* et *Spotify* (2006) ; *Deezer* (2007) ; *Technocrati*, *Goear*, *Pinterest* (2008) et *Instagram* (2010).

faire des choses ensemble et trouver des profils similaires (De Salas, 2010 : 6). C'est ainsi que l'on basculera de l'ère de l'information vers l'ère de la connaissance²⁸⁰.

Comme l'explique Tran (2011 : 5-6) le concept de *Web 2.0* est matérialisé par plusieurs applications qui sont généralement accessibles en ligne, qui possèdent un degré d'interopérabilité technique assez développée, et qui sont souvent hébergées sur les serveurs du prestataire (mode ASP), se libérant ainsi du PC de l'utilisateur : les applications du *Web 2.0* reposent sur une logique de trajectoire technologique et d'usages par rapport au *Web 1.0*. En outre, les entreprises ne resteront pas insensibles aux fonctionnalités que ces applications présentent, et vont attirer leur attention (voir tableau n° 9).

Tableau n° 9 – Fonctionnalités et applications du *Web 2.0* au niveau des entreprises²⁸¹.

Fonctionnalités	Applications	Description
Communication et information en mode synchrone ou quasi- synchrone	Outils de <i>micro-blogging</i> (<i>Yammer, Twitter, etc.</i>)	Diffusion de messages et d'information à des groupes définis ou des communautés en temps réels ou quasi-synchrone
Travail collaboratif en mode séquentiel et/ou synchrone	Plateformes wikis, <i>Google sites</i> , espaces de travail collaboratifs (i.e. <i>Basecamp</i>)	Diffusion d'information, partage et travail en temps asynchrone ou synchrone de plusieurs individus sur des documents électroniques (interactivité des échanges)
Agrégateurs de contenus	<i>Netvibes</i> , flux RSS, <i>mashups</i> , <i>folksomies</i> , etc.	Agrégation de contenus personnalisés et de veille sur différents sujets, création de métadonnées à partir de plusieurs sources identifiées et sélectionnées par les utilisateurs selon leurs besoins et leurs préférences. Une fois en ligne, ils deviennent aussi des outils de diffusion de l'information
<i>Matching relationnel</i> (intermédiation) et <i>social networking</i>	Sites communautaires et de rencontres professionnelles (<i>LinkedIn, Viadeo, etc.</i>)	Diffusion et échanges d'information, de données professionnelles, voire de connaissances via des sites spécialisés qui permettent une fonction de rencontre à partir de critères définis ou de centres d'intérêts communs
Univers virtuels (mondes persistants), <i>serious games</i>	Univers et espaces de collaboration en 3D (<i>Second Life, There, Habo, etc.</i>)	Plateformes relationnelles et de simulation avec des projections identitaires plus ou moins conformes à la réalité des individus selon les scénarios via les avatars (<i>v-learning, etc.</i>)

Les nouveaux environnements technologiques, forgés à partir de ces espaces virtuels d'expression et étroitement liés au loisir numérique et aux jeunes utilisateurs,

²⁸⁰ Castells approuve la définition du concept de connaissance donnée par Bell, pour qui la connaissance est une série d'affirmations organisées par rapport à des faits ou des idées qui présentent un jugement raisonné ou un résultat expérimental transmis aux autres par le biais de n'importe quel moyen de communication sous n'importe quelle forme systémique. (Castells, 1996 : 55).

²⁸¹ Source : TRAN, *ibid.*

entraînent de nouveaux environnements de pratiques culturelles et numériques caractérisés par les technologies, les relations interpersonnelles, l'information et la communication. C'est ainsi qu'un nouveau modèle apparaît : **les Technologies de la Relation, de l'Information et la Communication (TRIC)** (Gabelas et ali., 2012).

En effet, les TRIC sont étroitement liées aux utilisateurs natifs et/ou résidents numériques (voir tableau n° 7, p. 137) dans la mesure où ils disposent d'un certain nombre de compétences technologiques associées aux réseaux sociaux, le software et les jeux-vidéos qu'ils ont développées avec ses pairs pendant leurs temps de loisir numérique. Ces compétences technologies vont se traduire par la création d'espaces de conversation, de jeux, de récréation, d'interaction et de construction personnelle, et elles vont générer un environnement de pratiques culturelles et numériques. Le modèle TRIC dépasse le déterminisme technologique dans la mesure où le concept « relation » imbrique tout le potentiel de la littératie médiatique multimodale²⁸² produite lors des interactions aussi bien sur le plan créatif que sur la dimension réceptive de chacun des co-auteurs ou médiateurs (Gabelas et ali., 2012).

À partir de l'année 2005, nous assisterons à un phénomène technologique et social qui va marquer un tournant : la téléphonie mobile commence à supplanter la téléphonie fixe. Comme le signale Mattelart (2007 : 23), c'est grâce au couplage des ordinateurs et des téléphones et à l'essor d'Internet que la communication se globalise et se mondialise sans que pour autant les conflits sociaux, politiques ou militaires s'apaisent et disparaissent. En effet, depuis le premier appel téléphonique passé depuis un téléphone portable le 3 avril 1973, la téléphonie cellulaire n'a cessé d'évoluer. Les systèmes cellulaires ont progressivement évolué ; c'est ainsi que le standard 1G (i.e., Première Génération) (1980-1990) a progressivement évolué prenant la forme de standard 2G (1991-2000), de standard 3G, 3+ et H+ (2000-2010), de standard LTE-4G (2010-2020), qui aboutira sur futur standard 5G, dont l'exploitation commerciale est prévue pour 2020.

²⁸² Ensemble des compétences caractérisant l'individu capable d'évoluer de façon critique et créative, autonome et socialisée dans l'environnement médiatique contemporain (Fastrez, 2012 : 1). Une personne compétente en littératie médiatique est en mesure de décoder, analyser, évaluer et produire divers médias, tant imprimés qu'électroniques, après y avoir accédé (Lacelle et Lebrun, 2014).

3.1.4 Les Technologies de l'Apprentissage et de la Connaissance

Les technologies de l'information et de la communication ont un degré de pénétration dans la société de plus en plus importante. La démocratisation et la maîtrise du fonctionnement des supports technologiques ont accompagné les innovations dans ce domaine, mais cette maîtrise ne garantit pas la compétence informationnelle des utilisateurs. La maîtrise de la technique ne démocratise pas l'accès aux ressources, ce qui va devenir un enjeu éducatif prioritaire. En effet, la question méthodologique sous-jacente à la maîtrise de la technique sera à l'origine d'une convergence particulièrement riche du point de vue éducatif. Comme le signalent Castañeda et Adell (2013 : 21-22), l'école ne doit pas façonner les technologies de l'information et de la communication pour perpétuer son modèle et le rendre beaucoup plus efficient mais, au contraire, c'est le contexte socio-technologique qui doit générer un nouveau modèle d'école répondant aux besoins en matière de formation des citoyens. La recherche menée par Vivancos Martí dans ce domaine conduit, en 2006, à l'émergence d'un nouveau paradigme : les **Technologies de l'Apprentissage et de la Connaissance (TAC)** :

« [...] Ce terme est appliqué aux technologies de l'information et de la communication centrées sur l'éducation. Il s'agit de mettre les technologies au service d'une amélioration des processus d'enseignement-apprentissage, d'évaluation et d'organisation ayant lieu quotidiennement à l'établissement, à la salle des cours et à leur environnement. L'utilisation que l'on va faire de ces technologies et de leur potentielle en tant qu'agents de changement méthodologique permettra de différencier et d'identifier les actions les plus significatives et innovantes du point de vue éducatif. Nous pouvons donc comprendre les TAC comme l'apprentissage médiatisé par les technologies de l'information et de la communication²⁸³ [...] ». (Fornell Cervià et Vivancos, 2010 : 25).

À partir de janvier 2007, la société américaine *Apple* lance sur le marché un produit innovant et très performant. En effet, il s'agit d'un téléphone portable connu sous le nom d'*iPhone*, présenté par le *Chief Executive Officer* (CEO) de la

²⁸³ Notre traduction. Texte source : « [...] *Aquest terme s'aplica a les tecnologies de la informació i la comunicació centrades en l'educació. Es tracta de posar les tecnologies al servei d'una millora en els processos d'ensenyament-aprenentatge, d'avaluació i d'organització que, de forma quotidiana, es desenvolupen al centre educatiu, a l'aula i a l'entorn. L'ús que es faci d'aquestes tecnologies, i del seu potencial com a agents de canvi metodològic, permetrà discernir i identificar aquelles actuacions més significatives i innovadores des del punt de vista educatiu. Podem entendre les TAC, doncs, com l'aprenentatge mediat per les tecnologies de la informació i la comunicació [...]* ».

compagnie, Steve Jobs, en janvier 2007 (Vogelstein, 2013) et qui marquera définitivement le marché de la technologie et du design. La commercialisation de l'*iPhone* marquera également le début des applications²⁸⁴ pour les « téléphones intelligents » (*smartphones*) (Gueugneau, 2017).

En effet, après avoir frôlé la faillite, la compagnie américaine *Apple* a connu un grand succès international grâce à l'ordinateur *iMac* (1998) et le baladeur numérique *iPod* (2001). De plus, dans l'optique de satisfaire les besoins de l'utilisateur, *Apple* lance l'*iPhone* le 9 janvier 2007, un appareil intégrant un lecteur de musique simple et ludique, un téléphone portable possédant un système d'exploitation identique à celui des ordinateurs (Mac OS X) ainsi qu'un écran tactile *multi-touch* occupant toute la surface de l'appareil. Il est important de souligner que l'ouverture de l'*App Store* coïncide dans le temps avec le lancement sur le marché en 2008 de l'*iPhone* 3G : c'est grâce aux applications qu'Internet devient réellement mobile. Le nouveau slogan de la compagnie *Apple* devient : « il y a une application²⁸⁵ pour ça » (Gueugneau, 2017).

La convergence technologique, dérivée de l'hybridation des différents supports et d'Internet, ainsi que les nouveaux systèmes d'exploitation vont provoquer une évolution dans la perception des données par l'utilisateur. En effet, ce dont il est réellement question n'est pas seulement l'accès aux données mais les données elles-mêmes, et les exposer facilite la recherche de l'information ainsi que sa compréhension (Bertails et coll., 2010 : 84), ce qui va inéluctablement demander un

²⁸⁴ « Une application pour *smartphone* est, à la base, un logiciel qui se télécharge et s'installe sur le *smartphone*, exactement comme un logiciel ordinaire s'installe sur un ordinateur classique. On confond parfois une application avec un site *web* amélioré parce qu'elle se connecte souvent à Internet et que son interface est plus proche de celle d'un navigateur que de celle d'un logiciel de bureautique, mais une application est avant tout un logiciel. L'application pour *smartphone* se télécharge soit à partir du téléphone via sa connexion internet, soit à partir de son ordinateur lorsque le *smartphone* est relié à ce dernier ». Définition recueillie de l'adresse <http://www.marketing-mobile.com/quest-ce-quune-application-> (Date de consultation : 30/09/2017).

²⁸⁵ Depuis son lancement, plus de 2 milliards d'applications ont été créées, le nombre de téléchargements atteint 130 milliards, le chiffre d'affaires global est d'environ 60 milliards de dollars, et *Apple* récupère 30% de commission sur chaque application vendue. D'après les informations disponibles sur le site *web* de l'entreprise américaine *App Annie*, spécialisée dans la mesure et l'analyse d'audience dans le secteur des applications mobiles, 90 milliards de téléchargements ont été comptabilisés dans le monde en 2016, ce qui représente une augmentation de plus de 13 milliards au sein de l'*App Store* *iOS* et *Google Play*. Information recueillie de l'adresse <https://www.appannie.com/fr/insights/market-data/app-annie-2016-retrospective/> (Date de consultation : 30/09/2017).

système d'organisation des données en fonction des besoins de chaque utilisateur et du contexte pour que les données aient du sens. C'est ainsi qu'apparaît le **Web 3.0**, **Web sémantique** ou **Web intelligent** (voir tableau n° 7, p. 140).

3.1.5 Les Technologies pour l'Autonomie et la Participation

Presque tout le monde est en mesure de produire des informations et les disséminer n'importe où et à n'importe quel moment grâce à l'approche ubiquitaire induite par le développement technologique. Les usages de la technologie entraînent un changement paradigmatique au niveau social car l'Homme est devenu un être participatif. Le rapport 2017²⁸⁶ du *Groupe Speciale Mobile Association* (GSMA) met en évidence que le nombre d'abonnés uniques de téléphone mobile au niveau mondial a déjà atteint les cinq milliards ; autrement dit, plus de deux tiers de l'humanité possède actuellement un téléphone portable. Les prévisions pour 2020 signalent que près des trois quarts de la population mondiale seront abonnés à un service de téléphonie mobile. Comme le signale Chul Han (2015 : 12) l'interconnexion numérique favorise la communication symétrique. Pourtant, cette approche ubiquitaire véhicule une contrainte : la liberté propre à la mobilité se change en une contrainte fatale qui nous pousse à travailler partout ; les *smartphones* nous contraignent à communiquer et les réseaux sociaux renforcent cet impératif communicationnel²⁸⁷.

La participation de l'individu véhicule l'amélioration sociale, politique et individuelle de celui-ci. L'utilisation des réseaux sociaux sera donc primordiale pour interagir avec l'information et ainsi opérer un véritable changement dans les structures sociopolitiques (i.e., *homo numericus*). Comme le signale Reig (2012 : 9-10), les réseaux sociaux mettent en exergue le clivage existant entre le monde *on line* et le monde *off line*. Les utilisateurs sont de plus en plus présents sur les réseaux sociaux, autrement dit, dans le monde *on line*. Le clivage entre ces deux mondes est susceptible de provoquer une dissonance cognitive chez l'utilisateur, raison pour laquelle l'utilisateur souhaite la suppression des frontières existantes

²⁸⁶ Rapport disponible à l'adresse <https://www.gsma.com/mobileeconomy/#techmigration> (Date de consultation : 30/09/2017).

²⁸⁷ Chul Han, *op.cit.*, p. 35.

entre ces deux mondes pour que ses expériences vitales dans le monde réel soient le plus proches possible de celles du monde virtuel. Le monde virtuel est devenu le bouillon de culture des valeurs des utilisateurs.

Il n'y a pas de technologie qui ne dépend pas de son appropriation et il n'y a pas d'appropriation qui ne dépend pas des valeurs de l'utilisateur. C'est ainsi que Reig propose un nouveau paradigme : les **Technologies pour l'Autonomie et la Participation** (TAP)²⁸⁸. Les TAP agissent comme base pour la cohésion sociale où l'individu va partager des idées, des intérêts et des propositions en faveur d'un objectif commun qui sera bénéfique pour ceux-ci à l'intérieur même du système économique, culturel ou social où ils ont lieu, ce qui demandera à l'utilisateur la combinaison de compétences, de connaissances et de stratégies numériques susceptibles d'être intégrées dans sa vie quotidienne. Les TAP font de l'utilisateur une personne proactive lors de la co-crédation de nouvelles connaissances²⁸⁹.

²⁸⁸ *Tecnologías del Empoderamiento y la Participación* (TEP). La notion d'*empowerment* est au centre des TAP. Le concept d'*empowerment* définit le développement du pouvoir d'agir des individus et des groupes sur leurs conditions sociales, économiques ou politiques. Plusieurs traductions sont possibles en français (« Pouvoir d'agir », « Capacitation citoyenne », « Développement du pouvoir d'agir » ou bien « Empouvoirement ») pour un concept qui articule deux dimensions : celle du pouvoir et celle du processus d'apprentissage pour y accéder (Rouff, 2013).

²⁸⁹ Informations obtenues de la page *Web* personnelle d'Ignasi Alcalde [En ligne]. Disponible à l'adresse <https://www.ignasialcalde.es/empoderamiento-participacion-y-tecnologias-de-la-informacion/> (Date de consultation : 30/09/2017).

3.2 Les réseaux sociaux virtuels

« [...] À la liberté de penser s'oppose premièrement la contrainte civile. Certes, on dit : la liberté de parler, ou d'écrire peut nous être retirée par un pouvoir supérieur mais absolument pas celle de penser. Toutefois, quelles seraient l'ampleur et la justesse de notre pensée, si nous ne pensions pas en quelque sorte en communauté avec d'autres à qui nous communiquerions nos pensées et qui nous communiqueraient les leurs ! On peut donc dire que ce pouvoir extérieur qui dérobe aux hommes la liberté de communiquer en public leurs pensées, leur retire aussi la liberté de penser : le seul joyau qui nous reste malgré toutes les charges de la vie civile et grâce auquel on puisse trouver un remède à tous les maux de cet état [...] ». Emmanuel Kant²⁹⁰ (1786) : *Berlinische Monatsschrift*.

Cette citation de Kant va nous permettre d'introduire une réflexion au sujet de la communication humaine dans le cadre des technologies de l'information et de la communication. Nous commencerons cette analyse en prenant appui sur les réseaux sociaux virtuels²⁹¹.

3.2.1 L'espace public et l'espace privé

Avant d'aborder l'étude des RSV, il nous semble indispensable d'aborder préalablement le concept d'espace public en prenant appui sur les travaux de Kant (1786), Arendt (1958) et Habermas (1992), travaux que nous allons aborder très succinctement.

En effet, Kant est le précurseur de la notion d'espace public moderne. Pour Kant, l'homme doit cultiver sa raison afin de découvrir des vérités et pouvoir ainsi accéder à l'autonomie du jugement, mais ce processus de découverte ne doit pas être fait individuellement mais collectivement. C'est pour cela que « l'échange libre et public des opinions produit une scène publique, une scène où s'entrecroisent les regards, et où les raisons, au contact les unes des autres, s'élèvent concomitamment²⁹² ».

²⁹⁰ Poirier et Proust (1999 : 173).

²⁹¹ Les Réseaux Sociaux Virtuels (RSV) sont également connus sous l'appellation de Réseaux Sociaux Numériques (RSN). Nous ferons utilisation de la première appellation dans notre travail de recherche.

²⁹² Obtenu de <http://la-philosophie.com/espace-public-et-democratie> (Date de consultation : 30/09/2017).

Selon Arendt, l'espace public est un espace d'égalité de tous les citoyens, le lieu où les différences trouvent leur place (Casillo, 2013 : 2). Il s'agit d'un « espace public d'apparition » qui commence à exister lorsque les hommes s'assemblent dans le mode de la parole et de l'action (Chazal et Normand, 2007 : 33). La parole porte en elle une puissance politique qui est créatrice d'espaces publics dès lors que l'on s'en sert pour s'exposer en public (Ballarini, 2011 : 29). Les espaces ainsi générés ont pour vocation première et primordiale de relier les hommes entre eux :

« [...] Hannah Arendt propose une définition du politique en tant qu'institution et maintien, par le miracle de l'action entreprise en commun, du réseau des relations humaines. Ce réseau, Arendt l'appelle *monde* ou encore *espace de l'apparence*, à savoir cet espace dans lequel les hommes se présentent les uns aux autres, par l'acte et la parole, et au sein duquel ils peuvent faire l'expérience de la liberté [...] Cet espace ne doit pas être appréhendé en première intention du point de vue spatial ; il ne correspond pas forcément à un territoire donné. Il s'identifie à ce tissu complexe de relations que nouent, entre eux, les membres d'une collectivité humaine [...] ». (Lefebvre, 2013 : 31).

Enfin, pour Habermas (1997 : 387), l'espace public désigne un « réseau permettant de communiquer des contenus et des prises de position, et donc des opinions ; les flux de la communication y sont filtrés et synthétisés de façon à se condenser en opinions publiques regroupées en fonction d'un thème spécifique ». Pour Habermas, ce réseau de construction du consensus est un « espace public argumentatif ».

Par conséquent, comme le signale Paquot (2009 : 4), la notion d'espace public non seulement fait référence au lieu du débat politique, de la confrontation des opinions privées que la publicité s'efforce de rendre publiques mais aussi à une forme de communication, de circulation des divers points de vue :

« [...] Qu'est-ce que la communication au sens large du terme ? C'est "être en relation avec" (*communicare*), cela sous-entend un échange quelconque de signes, peut-être même un déplacement, à coup sûr un transport réel ou symbolique. La communication facilite la circulation indispensable au commerce (des sentiments, des idées et impressions comme des marchandises, des capitaux et des gens...). Le déplacement

réclame des voies de communication, tout comme la transmission des messages a besoin de supports, de codes et d'émetteurs et de récepteurs [...] ».

La notion moderne d'espace public est relativement récente²⁹³ et comporte deux dimensions, à savoir celle d'« espace de communication » et celle d'« espace de circulation ». Comme le signale Paquot (2009 : 8), ce qui unit l'espace public communicationnel et l'espace public circulationnel relève de la rencontre et de l'échange visibles et lisibles, appréciables et contestables, appropriables ou non. C'est pour cette raison que l'espace public devient, à la fois, l'espace quotidien et l'espace d'expression collective des usages de loisirs, commerciaux, symboliques et de pouvoir (Echevarría et Grassi, 2012 : 1-2).

L'espace public et l'espace privé sont une partie structurante de notre habitat. En effet, comme le signale Caudron (2012 : 8), l'habitat a toujours été l'expression des modes de vie de toute société :

« [...] L'habitat antique se caractérise par la sédentarisation des sociétés, qui mène au développement de villages, puis de villes, voire des cités. Ces nouveaux rapports sociaux qui deviennent "urbains", engendrent un phénomène de "domiciliation" : le logement acquiert une importance au point de jouer un rôle dans les relations sociales [...] ».

L'espace public comme espace communicationnel et de circulation urbain s'est historiquement manifesté de plusieurs façons, comme le montrent l'agora des Grecs, le forum des Romains et la place moyenâgeuse. C'est ainsi qu'au fil du temps la ville acquiert une triple dimension : symbiotique (i.e., endroit de rassemblement) ; symbolique (i.e., endroit pour s'identifier) et, enfin, civique (endroit pour se manifester). La ville devient un espace public de vie collective complexe que le citoyen est contraint de quitter. En effet, pour se rendre à l'espace privé, le citoyen

²⁹³ La notion d'espace public apparaît dans la première moitié du XIX siècle en raison de l'imposition du cadastre dans les villes. Cette notion a été employée en sociologie pour la première fois en 1962 grâce à la thèse doctorale de Jürgen Habermas (*Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft* ; la publication de l'ouvrage en France : « L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise », traduit de l'allemand par M. B. Launay, [Critique de la Politique], Paris, 1997). En outre, Paquot (2009 : 7) fait remarquer la différence existante entre « espace public » au singulier (i.e., sphère publique) et « espaces publics » au pluriel (i.e., lieux urbains).

doit quitter l'espace public²⁹⁴, transformant ainsi le paysage urbain en un vaste réseau communiquant :

« [...] la polis proprement dite n'est pas la cité en sa localisation physique ; c'est la localisation du peuple qui vient de ce qu'on agit et parle ensemble, et son espace véritable s'étend entre les hommes qui vivent ensemble dans ce but, en quelque lieu qu'ils se trouvent [...] ». (Arendt, 2002 : 258).

3.2.2 Le concept de réseau

Le concept de réseau est très ancien. L'étymologie du mot « réseau » va nous permettre d'élucider l'évolution des différents sens qu'il a véhiculés (voir figure n° 27, p. 153), raison pour laquelle les recherches menées à cet égard par Parrochia (2005, 10-20) et Musso (2007 : 82-84) nous seront d'une grande aide.

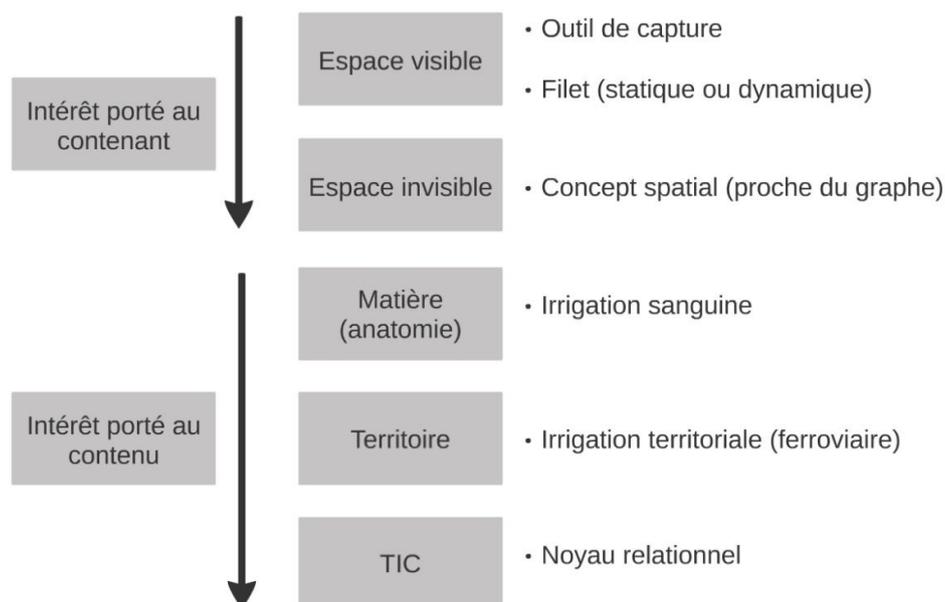
En effet, le mot réseau provient du latin classique *rete / retis*, qui désignait un filet de chasse ou de pêche destiné à rabattre des petits animaux en direction de leurs poursuivants. Par ailleurs, ce mot avait également d'autres désignations, comme celles de piège, tissu à mailles, toile faite de fils entrelacés qui entoure le corps, voire technique de combat (le rétiaire). Le terme latin *retis* est introduit dans la langue française au XII^{ème} siècle au travers des mots *réseil* et *réseuil* (du latin *retiolus*) pour désigner des rets ou des filets. Par ailleurs, ces mots pouvaient également désigner un soutien gorge, un petit sac, une coiffe enserrant ou un lacis, ce qui met en évidence que le filet s'est fermé permettant d'autres usages éloignés de la capture. À partir du XVII^{ème} siècle le sens principal du concept de réseau demeure celui de filet ou tissu (intermédiaire entre le corps et la technique qui l'entoure). À partir du XVIII^{ème} siècle, ce modèle textile va rester en place mais le faisceau de fibres qu'il constitue va prendre un caractère plus dynamique (à l'image de la toile d'araignée). Par conséquent, la notion de réseau intègre les sens de filet statique ou de filet dynamique²⁹⁵. Nous pouvons constater que l'intérêt est porté

²⁹⁴ Il est pertinent de mettre en relation cette idée avec les notions de « hors ligne / en ligne » des RSV.

²⁹⁵ Il nous semble opportun de signaler que la traduction en espagnol de *World Wide Web* est *Malla Mundial Multimedia*. Elena Landone a étudié la question des néologismes dans l'espagnol de l'informatique, et ses travaux permettent d'élucider les raisons d'une telle traduction. LANDONE, Elena (2001) : Red, Malla Multimedia Mundial o Internet ? *Riflessioni sullo spagnolo per l'informatica*, in Atti del XX Convegno della Associazione Ispanisti Italiani, Andrea Lippolis Editore, Firenze, Italia, pp. 133-

jusqu' alors sur le contenant mais pas encore sur le contenu. En effet, comme l'affirme Parrochia (2005 : 12) rien ne circule encore le long de ce « faisceau de fibres ».

Figure n° 27. Approche diachronique des sens du concept de réseau. Notre élaboration.



Lors de la réflexion menée au XVIII^{ème} siècle sur l'espace concret et sa mesure²⁹⁶, la notion de réseau empruntera la métaphore textile et demeurera telle que nous la connaissons actuellement (i.e., flux et circulation). Le concept de réseau aura, de ce fait, une dimension spatiale non perceptible par la vue, ce qui aura pour conséquence la mise en carte de l'espace géographique afin de le rendre tangible.

L'idée de réseau comme système de circulation viendra de la main de la médecine. En effet, les études médiévales en anatomie permirent de découvrir des organisations capillaires denses du système circulatoire que l'on baptisera comme « *retia mirabilia* » en raison de leur forme en filet, mais c'est William Harvey qui, en 1616, proposa un schéma de circulation sanguine provoquée par le cœur, devenu désormais muscle pour la science. Cette idée d'irrigation sanguine sera retenue par les sciences de la matière afin de répondre aux besoins d'aménagement du territoire.

150. [En ligne]. Disponible à l'adresse http://cvc.cervantes.es/literatura/aispi/pdf/16/16_131.pdf (date de consultation : 30/09/2017).

²⁹⁶ Il s'agit de l'espace physico-chimique, de l'espace militaire ainsi que les recherches dans les domaines de la cristallographie et la géométrie.

En effet, l'avancée dans le domaine de l'ingénierie civile favorise, en guise d'irrigation territoriale, l'interconnexion entre le réseau routier et les voies navigables ainsi que le développement du réseau ferroviaire, dotant de sens les flux des réseaux (i.e., intérêt porté sur le contenant et le contenu).

Enfin, la notion de graphe²⁹⁷ en 1978 et l'avènement des TIC ont déterminé le sens du concept de réseau tel qu'il nous est parvenu aujourd'hui :

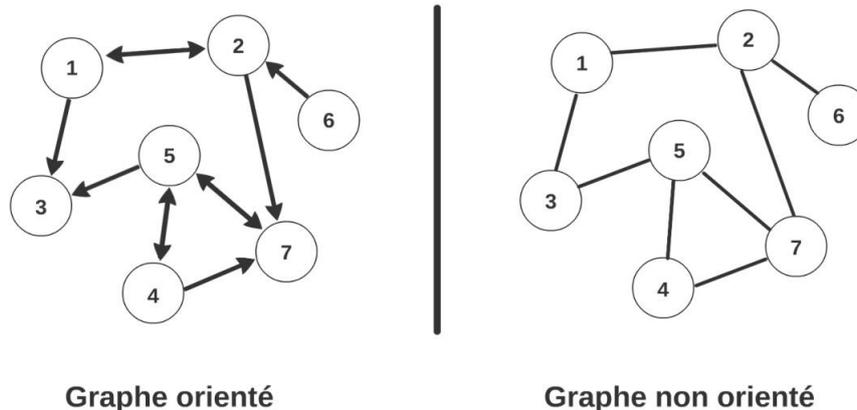
« [...] à travers le développement de l'informatique, la notion de réseau devait encore subir des généralisations remarquables. Avec l'idée d'assigner aux nœuds d'un réseau une valeur capable de varier sous certaines contraintes, la notion de réseau a pu être ensuite étendue à différents domaines de l'automatique. Les réseaux deviennent alors des outils capables de résoudre des problèmes liés à des processus stochastiques qui vont de la théorie de l'information à la reconnaissance des formes [...] ». (Parrochia, 2005 : 18).

C'est grâce à l'analyse étymologique du mot réseau que la définition donnée de ce concept par Berlanga et García (2014 : 95) prend tout son sens. En effet, pour ces auteurs, le réseau est :

« [...] une manière abstraite de visualiser une série de systèmes et, généralement, tous les systèmes complexes. Les réseaux sont constitués de points, qui reçoivent habituellement le nom de nœuds, et de liens entre eux. Ces liens reçoivent le nom d'arêtes au cas où ceux-ci prendraient la forme de flèches qui vont d'un nœud à l'autre avec un sens défini, ou bien le nom d'arcs, au cas où la relation serait réciproque et, par conséquent, les flèches comportent des pointes sur les deux extrêmes [...] » (voir figure n° 28, p. 155).

²⁹⁷ « [...] La notion de graphe [...] avec le sens qu'elle a aujourd'hui, apparaît pour la première fois dans une note de James Joseph Sylvester [...] et la première étude systématique des graphes sera menée par Denes Koeing [...] en 1936 [...] » (Parrochia, op. cit., p. 17). Le graphe est un « ensemble de sommets (ou points) et d'arcs (ou lignes orientées) ou d'arêtes (ou lignes non orientées) liant certains couples de points ». Informations recueillies du Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales CNRTL à l'adresse <http://www.cnrtl.fr/definition/graphe> (date de consultation : 30/09/2017).

Figure n° 28. Exemples de graphe orienté et non orienté. Notre élaboration.



3.2.3 Le concept de réseau social

L'analyse des réseaux a fait l'objet de nombreuses études dans le domaine de la sociologie. Tous les spécialistes sont unanimes à identifier Simmel comme le précurseur de l'analyse des réseaux sociaux. Pour le philosophe allemand, la sociologie est « la science des formes de l'action réciproque » (Mercklé, 2004-2004 : 4), ce qui montre de façon implicite l'existence des liens mutuellement solidaires sous forme de réseau, même si ce concept n'est pas verbalisé en soi.

Prenant appui sur les travaux sociologiques de Mercklé (2013 : 193-195), nous pouvons identifier quatre moments clés dans la genèse du concept de réseau. Tout d'abord, il faut faire référence à Durkheim, qui introduit cette notion dans ses travaux. En effet, Durkheim (1913-1914 : 34) affirme que :

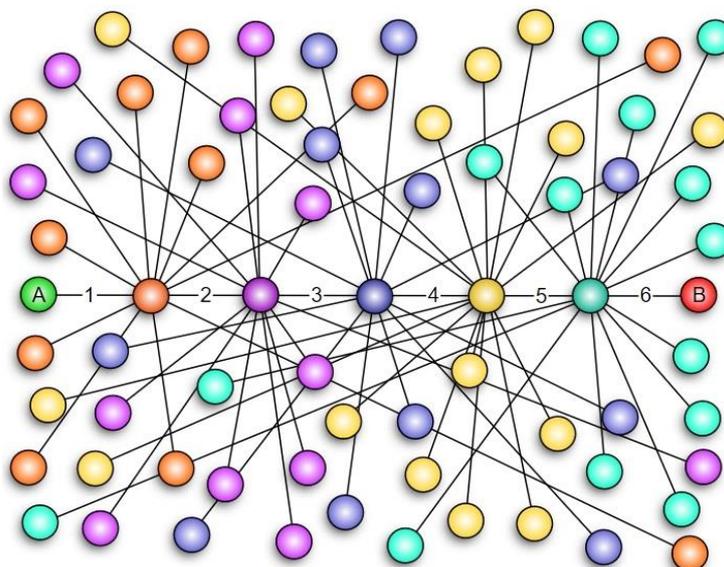
« [...] Dans toute société, il y a [...] des systèmes qui relient les individus les uns aux autres : systèmes religieux, groupes professionnels, etc., et ces liens font que des forces morales se communiquent à tous les membres du groupe. Parfois, comme dans les rapports économiques, cette communication est plus capricieuse. Mais chaque groupe est étranger aux autres, de sorte qu'une société qui, en apparence, est une, se compose en réalité d'une multitude de petits groupements, de petits mondes sociaux, qui parfois interfèrent, mais dont chacun vit d'une vie propre et reste, en principe, extérieur aux autres [...] Le monde est fait d'un nombre incalculable de réseaux qui unissent les choses et les êtres les uns aux autres. Ces réseaux sont formés eux-mêmes de mailles compliquées et relativement indépendantes [...] ».

Par ailleurs, Durkheim (1913-1914 : 34-35) évoque de façon très intuitive la transitivité des relations (i.e., l'interaction entre individus) :

« [...] Les hommes sont enserrés dans de vastes réseaux de relations sociales. Ainsi, supposons que A connaît B, que B connaît C, que C connaît D: nous pouvons alors faire passer un message de A à D. Mais ici aussi nous sommes arrêtés court, quand nous choisissons mal l'un de nos intermédiaires : si par hasard B ne connaît pas C, le message n'arrive pas à destination. Il existe de même des lignes de sympathie qui se répandent, se développent, s'organisent en groupements divers. Plus une société évolue, plus ces lignes de sympathie s'organisent et se multiplient [...] ».

C'est cette transitivité qui a été étayée grâce aux recherches menées par Milgran (1967). En effet, l'expérience du « petit monde » (*Small World*) lui a permis de formuler la théorie des six degrés, devenue populaire quelques décennies plus tard par les modèles hiérarchiques des réseaux sociaux de Watts²⁹⁸ (2003). Cette théorie établit la possibilité que toute personne est reliée à n'importe quelle autre personne au travers d'une chaîne de relations individuelles qui ne comporte pas plus de cinq maillons (Berlanga et García, 2014 : 96) (voir figure n° 29).

Figure n° 29 Théorie des six degrés²⁹⁹.



²⁹⁸ Watts, Duncan (2003) : *Six Degrees : The Science Of a Connected Age*, W.W. Norton & Company, New York, États-Unis. Il faut préciser que Barnes avait déjà formulé cette hypothèse dans son livre bien avant Milgram. Watts va définir le groupe comme une collection d'individus qui sont rassemblés par une série de caractéristiques sociales associées. Le capital social est, de ce fait, un ensemble de ressources possédés par une personne et qui ont été construits grâce aux relations qu'elle maintient avec les autres (Ros-Martín, 2009 : 552).

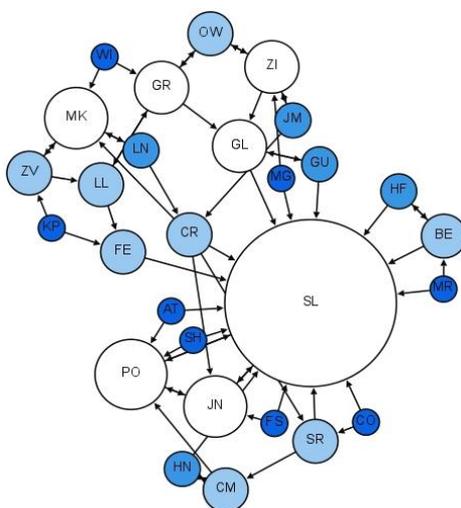
²⁹⁹ CC BY-SA 3.0 @Dannie-walker via Wikimedia Commons.

Ensuite, nous devons également faire référence aux travaux pionniers sur la sociométrie de Moreno (1934 : 244). En effet, Moreno recourt explicitement au concept de réseau pour désigner la structuration spécifique des « courants sociaux » (i.e., les régularités relationnelles) (Mercklé, 2003 : 7). Pour Moreno il existe une spontanéité socio-affective dans les groupes, exprimée dans la sympathie, l'hostilité et l'indifférence (indépendamment des véritables raisons qui provoquent ces sentiments). C'est cette spontanéité socio-affective qui constitue la structure du groupe.

Moreno va concevoir un outil qu'il va appeler « sociogramme » (voir figure n° 30) lui permettant de représenter sur papier les données « relationnelles » recueillies, comme s'il s'agissait d'une carte. En effet, les différentes relations existantes entre les individus qui configurent le groupe peuvent être mesurées à l'aide d'un questionnaire, et l'analyse des résultats permet de modéliser un système (i.e., le sociogramme). Moreno utilisera l'expression « géographie psychologique » pour désigner la « représentation graphique des interrelations qui unissent les membres et les groupes d'une même collectivité ». En ce qui concerne les rapports psychologiques qu'entretiennent les individus, Moreno affirme que :

« [...] ils ne franchissent pas au hasard les lignes du groupe et parfois même celles de la collectivité, ils dépendent de structures plus ou moins permanentes qui réunissent les individus en de larges réseaux [...] ».

Figure n° 30. Exemple de sociogramme³⁰⁰.



³⁰⁰ CC BY-SA 4.0 @Martin Grandjean via Wikimedia Commons.

Il faut faire référence également aux travaux de Bartlett (1939) sur la notion de réseau « social » dans la mesure où ces travaux sont les premiers à faire de ce concept un usage à la fois empiriquement fondé et proprement analytique : pour Bartlett le terme « société » peut être utilisé pour désigner la totalité du réseau social constituant l'environnement social des individus³⁰¹ (Mercklé, 2013 : 194).

Enfin, il faut faire référence aux travaux de Barnes (1954) dans la mesure où ils sont à l'origine de la notion de réseau social en faisant à la fois un usage métaphorique, empiriquement fondé et proprement analytique³⁰² :

« [...] Chaque individu est [...] en contact avec un certain nombre d'autres personnes, certaines d'entre elles étant directement en contact les unes avec les autres, et d'autres non. De la même manière, chaque individu a un certain nombre d'amis, et ces amis ont leurs propres amis ; certains de ses amis se connaissent les uns les autres, et d'autres non. Il me semble approprié de parler de réseau pour désigner cette sphère sociale. L'image que j'ai en tête est celle d'un ensemble de points qui sont reliés par des lignes. Les points de cette image sont des individus, ou parfois des groupes, et les lignes indiquent quelles sont les personnes qui interagissent les unes avec les autres. Nous pouvons bien sûr envisager l'ensemble de la vie sociale comme engendrant un réseau de ce type [...] ». (Barnes, 2013 : 217).

Par conséquent, reprenant les définitions proposées par Forsé (2008 : 10-11) et Aguirre (2014 : 162-171), nous allons définir le concept de réseau social comme un ensemble de relations entre un ensemble fini d'acteurs. L'organisation de cet ensemble fini d'acteurs peut découler d'une sociabilité formelle ou informelle (i.e une entreprise ou des amis) et les relations existantes peuvent être de nature diverse (i.e., pouvoir ou conseil), et elles dépendent de la force du lien³⁰³. Le concept de

³⁰¹ « *The term "society" is also used for the whole social network which is an individual's social environment* » (Bartlett, 1939 : 118).

³⁰² Mercklé, *op.cit.*, p. 195.

³⁰³ Notion proposée par Granovetter (1973), la force du lien c'est l'intensité ou la qualité des relations interpersonnelles, « [...] une combinaison (probablement linéaire) de la quantité de temps, de l'intensité émotionnelle, de l'intimité (confiance mutuelle) et des services réciproques qui caractérisent un lien [...] ». Il s'agit d'un critère inopérant du point de vue empirique puisqu'elle est difficilement mesurable en raison de son caractère subjectif (BIGOT, 2001 : 12). Par ailleurs, l'idée de réseau social renvoie directement au concept de capital social de Bourdieu : « [...] Le concept de réseau social met l'accent sur la construction individuelle des relations constituant le réseau, alors que le concept de capital social met en lumière la situation de l'individu qui s'inscrit dans une dynamique sociale où son capital (sous toutes ses formes) est à la fois hérité et construit [...] ». Deschenaux et Laflamme, 2009.

réseau social configure un contexte de communication et d'échange entre les acteurs impliqués (personnes physiques ou morales) ainsi que les modèles opératoires, les normes et les valeurs qui conditionnent la conduite des acteurs entre eux. Enfin, il configure également des positions fonctionnellement différenciables qui deviennent la clé de compréhension du comportement des acteurs dans le réseau (i.e., leur interaction) ainsi que de la performance du réseau dans son ensemble.

Si le réseau social est effectivement un ensemble de relations entre un ensemble fini d'acteurs, qu'entend-on par ensemble fini d'acteurs ? Combien de personnes connaît-on exactement ? :

« [...] il est bien difficile d'apporter une réponse univoque. Tout dépend bien sûr de ce que l'on appelle "connaître personnellement". Selon la définition choisie, les résultats varient (plusieurs milliers est l'ordre de grandeur pour un adulte) ». (Forsé, 2008 : 13-14).

Les travaux de Ferrand et de De Federico (2006 : 481-482) seront très importants pour notre recherche puisqu'ils permettent d'élucider cette question anodine en apparence. En effet, comme ils l'indiquent :

« [...] Chaque individu est en relation avec un très grand nombre de partenaires. De plus, dans des contextes urbanisés à forte division sociale du travail, spécialisation des espaces, particularisation des activités, les relations existent dans des cadres sociaux multiples, souvent séparés les uns des autres. L'univers relationnel complet d'un individu forme donc un ensemble à la fois large, étendu et complexe. Différentes expériences montrent que la taille du réseau personnel des individus accumulé le long d'une vie peut fluctuer entre 2000 et 5000 personnes [...] Les estimations sur les relations actives à un moment donné supposent que le réseau personnel contient 290 personnes en moyenne (avec un écart type de 250), les personnes de couches sociales plus élevées ayant plus de contacts [...] Si on s'intéresse seulement au cercle des personnes les plus proches ou les plus intimes on arrive à des chiffres d'environ 19 pour les proches selon un ensemble large de critères [...] de 3 à 5 si on cherche des critères très spécifiques comme les personnes avec lesquelles on parle de problèmes importants [...] et on arrive à moins de 3 personnes pour les confidents dans le domaine de la vie affective et sexuelle [...] Seule une analyse clinique pourrait prétendre explorer le réseau d'un individu, la totalité de ses relations [...] ».

3.2.4 Le concept de réseau social virtuel

Comme nous l'avons signalé au chapitre 3.1.2., l'hybridation technologique des télécommunications et de l'informatique s'est traduite par la constitution exponentielle de réseaux informatiques au niveau planétaire, phénomène sociologique que Castells dénomme « la société en réseau » (2002 : 86). En effet, Castells explique qu'Internet est la société dans la mesure où l'Internet exprime les processus, les intérêts, les valeurs et les institutions sociales :

« [...] (*Internet*) est l'infrastructure technologique et le moyen d'organisation permettant le développement d'une série de changements historiques qui toutefois ne pourraient se développer sans Internet. C'est cette société en réseaux que j'analyse en tant que société dont la structure sociale est constituée autour de réseaux d'information à partir de la technologie de l'information microélectronique structurée sur Internet. Mais, dans ce sens, Internet n'est pas simplement une technologie ; c'est le moyen de communication constituant la forme d'organisation de nos sociétés, c'est l'équivalent de ce que l'usine était à l'ère industrielle ou la grande corporation à l'ère industrielle. Internet est le cœur d'un nouveau paradigme sociotechnique qui constitue en réalité la base matérielle de nos vies et de nos façons d'être en relation, de travailler et de communiquer. Internet ne fait que traiter la virtualité et la transformer dans notre réalité en configurant la société en réseau, la société dans laquelle nous vivons³⁰⁴ [...] ». (Castells, 2010).

Les réseaux sociaux virtuels ne sont pas nés avec le *Web 2.0*³⁰⁵, mais grâce à lui les interfaces ont gagné en collaboration, partage et interaction (Képéklian, 2010 : 20). En effet, des expériences de RSV préalables à la vulgarisation de l'Internet ont eu lieu dans les années 90 du siècle dernier laissant présager le futur prometteur de

³⁰⁴ Notre traduction. « [...] (*Internet*) es la infraestructura tecnológica y el medio organizativo que permite el desarrollo de una serie de nuevas formas de relación social que no tienen su origen Internet, que son fruto de una serie de cambios históricos pero que no podrían desarrollarse sin Internet. Esa sociedad red es la sociedad que yo analizo como una sociedad cuya estructura social está construida en torno a redes de información a partir de la tecnología de información microelectrónica estructurada en Internet. Pero Internet en ese sentido no es simplemente una tecnología; es el medio de comunicación que constituye la forma organizativa de nuestras sociedades, es el equivalente a lo que fue la factoría en la era industrial o la gran corporación en la era industrial. Internet es el corazón de un nuevo paradigma sociotécnico que constituye en realidad la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación. Lo que hace Internet es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad en que vivimos [...] ».

³⁰⁵ Le premier réseau social virtuel à apparaître est *Classmates* (1995), un site étasunien de rencontre d'anciens élèves devenu populaire, mais tout les spécialistes s'accordent à affirmer que le site *web SixDegrees.com* (1997) est le premier RSV, bien avant l'arrivée du *Web social*.

celles-ci, comme c'est le cas de la messagerie par *Minitel* en France ou du service commercial de téléphonie *Party Line*³⁰⁶ en Espagne. Ce dernier est particulièrement intéressant dans la mesure où il s'agissait d'un réseau social par téléphone ; ce service permettait de mettre en relation synchrone un maximum de dix interlocuteurs complètement inconnus et à n'importe quel moment de la journée, le service étant opérationnel 24 heures sur 24.

Les possibilités offertes par l'Internet³⁰⁷ en tant que réseau distribué (voir figure n° 26, p. 138) ont rendu possible l'émergence du *Web* social à partir de l'année 2000, ce qui s'est traduit par de nouveaux espaces d'expression (e.g., blogs, forums, chats et les réseaux sociaux virtuels). Dès lors, le clivage existant entre l'espace public et l'espace privé sera amplifié par deux nouvelles dimensions : le réel et le virtuel.

Comme le signale Vial (2016 : 2), deux sphères semblent exister postulant que le monde contemporain est coupé en deux par une frontière invisible : la sphère numérique et la sphère physique. Le virtuel correspond à la première sphère, à tout ce qui est étroitement lié avec l'Internet (i.e., en ligne / sur écran) tandis que le réel correspond à la deuxième (i.e., déconnecté / hors écran). De ce fait, l'utilisateur des RSV se référera à déconnecté (*offline*) et en ligne (*online*) pour identifier sa présence dans le monde réel ou dans le monde virtuel.

Le réel et le virtuel configurent un dualisme culturellement et psychologiquement déterminé (voir figure n° 31, p. 162). En effet, la sphère numérique et la sphère physique ont modelé notre façon de percevoir le monde de telle sorte que la frontière existante entre elles s'estompe au fur et à mesure (Schnapper, 2014 ; Vial 2006), conduisant au « monisme numérique » :

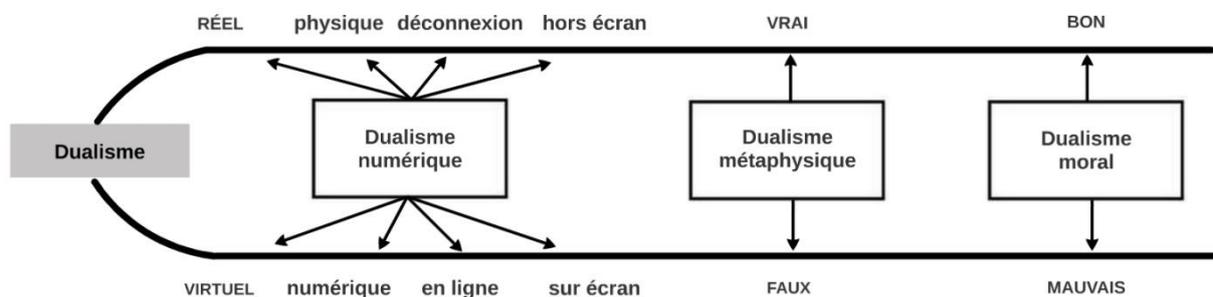
³⁰⁶ Service de tarification spéciale (903 333 333) proposé par la compagnie *Servicios Telefónicos de Audiotex*, et mis en marche le 1^{er} janvier 1992 (60 pesetas/minute ; 42 pesetas/minute le week-end et pendant la nuit). Ce service téléphonique commercial fut le précurseur d'autres services commerciaux qui ont connu un grand succès (renseignement économique, programmation de télévision, tarot téléphonique, rencontres, etc.).

³⁰⁷ Il convient de préciser que l'Internet n'est pas un espace public en soi puisque pour qu'il y ait un espace public il faut préalablement être connecté.

« [...] la distinction entre réel et virtuel est un fantasme métaphysique [...] nous nous sommes progressivement accoutumés à la culture perceptive induite par les interfaces numériques et notre faculté de percevoir s'est habituée à la virtualité [...] Nous avons appris à vivre avec les réalités informatiquement simulées et à les considérer comme des choses parmi les choses [...] à voir les choses comme les interfaces nous les donnent à voir [...] Nous sommes entrés dans ce que nous appelons, en négatif du dualisme numérique, le "monisme numérique" [...] selon lequel le réel forme une seule et même substance continue, foncièrement hybride, à la fois numérique et non-numérique, en ligne et hors ligne, hors écrans et sur écrans [...] Internet est (dans le) réel [...] ». (Vial, *op.cit.* pp. 1-3).

Comme le signalent Lorenzo et ali., (2011 : 195) les réseaux sociaux virtuels (e.g., *Facebook*, *Twitter* ou *Instagram*) sont relativement récents mais ils ont attiré en très peu de temps l'attention de millions d'utilisateurs qui ont intégrés ces espaces virtuels d'interaction dans leurs pratiques quotidiennes (Boyd y Ellison, 2008 ; Ofcom, 2008), ce qui vient confirmer l'idée de « monisme numérique » que nous avons évoquée *supra*.

Figure n° 31. Modèle du jugement phénoménologique dualiste (Vial, 2016 : 7).



3.2.4.1 Définition de RSV

Tous les spécialistes citent les travaux de Boyd et Ellison (2007 : 211) pour faire référence à la définition des RSV. En effet, pour Boyd et Ellison les RSV font référence à des sites internet de mise en relation, dans lesquels les utilisateurs entrent en contact avec d'autres utilisateurs qui ont des caractéristiques ou des profils similaires³⁰⁸.

³⁰⁸ « [...] We define social network sites as beb-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profil within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they

Les RSV sont des services du *web* social qui ont pour objet le déplacement sur le réseau virtuel des relations existantes dans la vie réelle (Berlanga et García, 2014 : 101). Ils ont pour objectif de permettre aux usagers d'être en relation et de communiquer entre eux, ainsi que de partager du contenu et de créer des communautés³⁰⁹. L'utilisateur se rend sur l'espace public numérique des RSV³¹⁰ de la même manière que les Grecs se rendaient à l'agora pour discuter, pour faire des courses ou rencontrer des amis. Comme le soulignent Berlanga et García (2014 : 208) :

« [...] En tant qu'espace, les réseaux sociaux peuvent être qualifiés de nouvelles agoras du XXIème siècle [...] un espace public, ouvert où les acteurs de tout âge et toute typologie s'y rendent, où ils interagissent entre eux par le biais de la parole et où l'on peut respirer leur caractère social comme qualité définitionnelle du réseau. Afin de faire référence à la fracture numérique qui touche une grande partie de la géographie actuelle de la planète pour diverses raisons (politiques, économiques ou de discrimination sociale), l'accès à cet espace comporte néanmoins quelques contraintes. De son côté, l'agora classique était également un espace public, ouvert où les différentes classes sociales s'y rendaient et interagissaient entre elles par le biais de la parole ; et l'accès à l'agora connaissait également quelques restrictions ; inséré dans un contexte démocratique, l'accès à l'agora était banni aux femmes et aux esclaves [...]»³¹¹.

Les RSV permettent aux individus de construire un profil public ou semi-public délimité dans le système en créant une fiche d'utilisateur avec ses données personnelles ou professionnelles. Par ailleurs, ces services permettent d'articuler une

share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site [...] ».

³⁰⁹ Informations recueillies de l'ONTSI (*Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*) dans son rapport « *Las Redes Sociales en Internet* » (2011 : 12). Disponible à l'adresse http://www.osimga.gal/export/sites/osimga/gl/documentos/d/20111201_ontsi_redes_sociais.pdf (Date de consultation : 30/09/2017).

³¹⁰ « Aujourd'hui encore le terme "agora" est souvent employé, en particulier sur Internet, pour qualifier un espace d'échange et de débat entre citoyens ou entre internautes, à égalité ». Informations recueillies de l'adresse <http://www.cndp.fr/archive-musagora/citoyennete/citoyennetefr/agora.htm> (date de consultation : 30/09/2017).

³¹¹ Notre traduction. « [...] *Las redes sociales como espacio, bien pueden calificarse nuevas ágoras del siglo XXI [...] lugar público, abierto donde acuden los usuarios de diversas edades y tipologías, donde interactúan entre sí a través de la palabra y donde se respira su carácter social como cualidad definitoria de la red. Pero también lugar con algunas restricciones en su acceso para referirnos a la llamada brecha digital que afecta a gran parte de la geografía actual del planeta por razones de diversa índole (políticas, económicas o de discriminación social). El ágora clásica, por su parte, también era un espacio público, abierto, donde acudían las diferentes clases sociales e interactuaban entre sí a través de la palabra; y de igual forma, contaba con algunas restricciones en su acceso; inserto también en un contexto de democracia, su acceso estaba vetado a mujeres y esclavos [...]* ».

liste d'utilisateurs avec qui partager une connexion online. Enfin, ils permettent également de regarder et de parcourir la liste de ses propres connexions et celle des autres à l'intérieur du système dans le but d'établir une relation personnelle, professionnelle ou de simple échange d'information verbale ou audiovisuelle (Berlanga et García, *ibid.*). Par conséquent, les réseaux sociaux virtuels sont des espaces de rencontre caractérisés par la médiation. En outre, certains paramètres semblent déterminants pour l'utilisation des RSV, tels que l'âge, les rapports professionnels ou familiaux³¹² (Forsé, 2008 : 14).

Le profil de l'utilisateur des RSV peut être un paramètre déterminant pour la mise en relation des utilisateurs puisqu'il peut devenir une sorte de carte de présentation standardisée plus ou moins détaillée et un élément déclencheur des intérêts communs. Dès lors qu'elle est mutuellement acceptée, la relation établie entre deux utilisateurs dans les RSV reçoit une appellation particulière, la plus répandue étant celle d'« amitié », véhiculée par *Facebook*.

Comme le signale De Federico (2011 : 1-3) à propos de la notion d'amitié, elle présente deux dimensions, une dimension pratique (instrumentale ou utilitaire) et une dimension émotionnelle et expressive³¹³. Cette notion est culturellement marquée³¹⁴ et le sens de cette notion pour chaque individu va dépendre des plusieurs facteurs sociaux (e.g., classe sociale, niveau d'études, âge, sexe, position dans le cycle de

³¹² « [...] En France, plusieurs enquêtes réalisées par l'INSEE/INED montrent que le nombre de contacts ou de discussions sur des sujets non professionnels avec des personnes en face à face (comptabilisés grâce à une observation exhaustive durant deux semaines) diminuent au-delà de 40 ans. Les contacts avec les relations de travail disparaissent pratiquement entre 60 et 70 ans ; ceux avec les amis décroissent également. La fréquentation des voisins résiste mieux, ainsi que les relations avec des personnes que l'on rencontre en raison de leur métier (commerçants, médecins, etc.). Quant à la parentèle, elle représente moins de 20 % des contacts à 20 ans et près de 50 % à 80 ans. Dans tous les milieux, la sociabilité est davantage tournée vers l'extérieur chez les jeunes et, avec l'avancée en âge, elle se recentre sur les proches, familialement ou géographiquement [...] »

³¹³ « [...] N'y a-t-il pas toujours, dans le cas de l'amour ou de l'amitié, des éléments affectifs qui échappent au calcul risques-bénéfices, et plus généralement aux composantes cognitives de la confiance [...] ? N'y a-t-il pas une différence irréductible entre le fait de "se fier à" ou de "compter sur" [...] et la confiance ? [...] ». Marzano (2010 : 56).

³¹⁴ Les Étatsuniens ont une tendance à dire « ami » aux personnes qu'ils fréquentent en dehors du cadre familial tandis que les Britanniques sont plus sélectifs lors de l'utilisation de ce mot. De même, les Néerlandais considèrent fréquemment les collègues du travail comme des amis tandis que pour les Autrichiens cela n'est pas fréquent, y compris le fait de parler des affaires personnelles avec des collègues. Quant aux Chinois, ils ont plus de facilité à parler des affaires intimes ou à demander conseil à un voisin ou à un collègue du travail qu'à un membre de la famille. Il est important de signaler que certaines langues ont plusieurs mots pour faire référence à l'amitié (« ami » et « copain » en français ; « *friend* » et « *mate* » pour l'anglais britannique) tandis que l'espagnol a un seul mot : « *amigo* », ce qui montre le caractère pluridimensionnel du concept.

vie, milieu urbain ou rural ou affinités, entre autres). En tout état de cause, l'amitié est, dans nos sociétés occidentales, une relation personnelle, privée, volontaire et non ritualisée³¹⁵.

En outre, les études menées par De Federico (2011) mettent en évidence deux critères qui déterminent si deux personnes se connaissent entre elles dans le cadre des RSV. En effet, pour affirmer que quelqu'un connaît quelqu'un d'autre, chacun des acteurs doit savoir comme s'appelle l'autre. Par ailleurs, les deux acteurs doivent avoir la possibilité d'interagir.

Malgré l'éventail de RSV existants actuellement, le but poursuivi par tous ces réseaux c'est de maintenir les liens sociaux existants et/ou d'établir de nouvelles connexions entre utilisateurs. Par ailleurs, comme le signalent Lorenzo et ali. (2011 : 195), les connexions entre les utilisateurs d'un RSV peuvent s'avérer importantes pour faciliter d'autres tâches du groupe, en réduisant les mauvais comportements et en produisant différents types de capital social. En outre, tous les RSV permettent l'interactivité, le contrôle sur les renseignements personnels et les informations que l'utilisateur souhaite partager, la multimodalité, l'édition partagée et la retro-alimentation, ainsi qu'un type hybride de langue de communication (qui fera l'objet d'une analyse dans le chapitre 3.3.5.). Quant à la communication qui a lieu dans les RSV, elle est caractérisée par la persistance du message en raison de sa traçabilité, et par la capacité de recherche (i.e., *searchability*, savoir l'endroit où l'on se trouve exactement). Par ailleurs, elle est également caractérisée par la possibilité de reproduire à l'identique le message et par le caractère invisible des audiences (Boyd, 2007 : 2-3).

3.2.4.2 Caractéristiques principales des RSV

Berlanga y García (2014 : 101-105) proposent une série de caractéristiques inhérentes aux RSV prenant appui sur les outils que ces RSV mettent à la disposition des utilisateurs (i.e., les profils visibles ; la mise à jour des contacts ; le service de

³¹⁵ Pour Kant (1994 : 342-347), l'amitié morale est « [...] la pleine confiance que s'accordent deux personnes qui s'ouvrent réciproquement l'une à l'autre de leurs jugements secrets et de leurs impressions [...] ».

messagerie privé ; la gestion de contenus multimédia ; la suggestion d'amitié ; les notifications et, enfin, la visioconférence).

Nous considérons que cette catégorisation architecturale ne répond pas aux principes régulateurs des RSV, raison pour laquelle nous allons proposer les caractéristiques que nous considérons communes à tous les RSV :

1. La connectivité entre les utilisateurs de ces réseaux multi-relationnels homogènes ou hétérogènes (i.e., caractère communautaire ou capacité de *réseautage*³¹⁶) ;

2. Le stockage du contenu des RSV dans le *Cloud*³¹⁷, ce qui allège considérablement la mémoire interne et/ou externe des supports techniques utilisés par l'utilisateur des RSV ;

3. L'interaction entre utilisateurs des RSV. La communication générée dans les RSV peut être adressée (i.e., entre deux utilisateurs) ou flottante (i.e., entre une personne et un groupe) ;

4. La communication synchrone et ubiquitaire³¹⁸ en fonction du support technique utilisé pour accéder aux RSV ainsi que de la volonté manifeste de l'utilisateur³¹⁹ (i.e., en ligne / hors connexion) ;

5. La possibilité pour l'utilisateur de gérer l'accessibilité au RSV et la protection de ses données³²⁰ (e.g., e-réputation, cyber-harcèlement, vol d'identité, hameçonnage) ;

³¹⁶ Néologisme qui traduit le terme anglais *networking*.

³¹⁷ Le terme anglais *Cloud*, (nouage en français) fait référence au *Cloud computing*, « [...] un modèle permettant aux utilisateurs de ce service d'avoir un accès réseau ubiquiste, pratique et à la demande à un ensemble partagé de ressources informatiques configurables (réseaux, serveurs, stockage, applications et services) et qui peut être rapidement approvisionné et libéré avec un effort minimal de gestion ou de l'interaction du prestataire de service. *Cloud Computing* permet des services *Cloud* ». (Union Internationale des Télécommunications, 2012) Informations recueillies de l'adresse <http://il.univ-poitiers.fr/llappli/wordpress/mais-ou-va-linformatique-le-cloud-computing/> (Date de consultation : 30/09/2017).

³¹⁸ Comme le signale Lasén (2006 : 3), l'ubiquité du téléphone portable non seulement fait référence aux différents lieux de pratiques mais également aux situations dans lesquelles le téléphone portable est utilisé (i.e., des situations où l'utilisation du téléphone est autorisée, déconseillée ou interdite : dans la rue, dans le train, au travail, en cours, à l'hôpital, dans une salle de cinéma, etc.).

³¹⁹ Les travaux de Sennett (1978 : 23) renforcent cette idée dans la mesure où l'espace public est, pour cet auteur, une zone de transition. La vitesse des dispositifs ne fait qu'augmenter, ce qui entraîne une négation de l'espace. Comme l'affirme Carrión (2010a) l'espace des lieux devient l'espace des flux.

³²⁰ « [...] Autour des réseaux sociaux, prospère toute une galaxie d'applications tierces, qui proposent des services afin de faciliter la vie des utilisateurs, parfois au détriment des réseaux sociaux eux-

6. La possibilité pour l'utilisateur prosommateur de personnaliser l'information en fonction de leurs besoins ;

7. Le modèle participatif des RSV (i.e., collaboration ou intelligence collective³²¹) ;

8. Le partage des contenus (e.g., texte, images, multimédia ou hyperliens) ;

9. Description succincte du parcours de vie de l'utilisateur, ce qui permet avec la fiche profil de modéliser l'utilisateur en fonction des activités qu'il réalise ;

10. L'effet viral des contenus publiés (ou viralité sociale), qui vont se propager parmi les contacts de l'utilisateur qui, à son tour, vont propager ce contenu parmi les leurs.

3.2.4.3 Typologie des RSV

L'*Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información* (2011) établit une catégorisation des RSV en fonction de trois critères (voir figure n° 31, p. 162) : en fonction de leur caractère direct ou indirect ainsi qu'en fonction du type de rapport social. Nous les analyserons par la suite.

1. Les RSV indirects : l'utilisateur n'a pas de profil visible. Par ailleurs, un modérateur contrôle et dirige les interactions sur les sujets proposés et/ou présentés (e.g., *forum* ou *blog*). Les premiers RSV ont été caractérisés par ce paramètre ; l'avancée technique a permis la constitution de RSV directs.

2. RSV directs : l'utilisateur a un profil visible grâce auquel il peut gérer ses informations personnelles et définir ses rapports avec les autres utilisateurs ainsi que déterminer le degré de vie privé de son profil. De plus, l'utilisateur va collaborer avec d'autres utilisateurs qui partagent les mêmes centres d'intérêt que lui. De ce fait, les

mêmes, comme celle qui a permis un piratage massif de comptes *Twitter* [...] "Nous sommes au cœur même du modèle numérique, où un acteur s'expose aux autres" dans un écosystème ouvert qu'il ne régule pas [...] ». Informations recueillies de l'adresse <http://www.leparisien.fr/high-tech/les-applications-tierces-une-nebuleuse-autour-des-reseaux-sociaux-15-03-2017-6765291.php> (Date de consultation : 30/09/2017).

³²¹ La collaboration requiert d'un travail en synergie entre les membres d'un groupe pour atteindre un objectif commun (i.e., une tâche / un objectif / esprit d'équipe). En revanche, dans la coopération chaque individu agit individuellement pour atteindre un objectif commun (i.e., plusieurs tâches / un objectif / esprit de groupe).

interactions se font dans un cadre égalitaire de conditions qui favorise la négociation au sujet des informations qu'ils souhaitent partager.

En outre, les RSV directs peuvent être catégorisés en fonction du but poursuivi par l'utilisateur ainsi que par le mode opératoire, le degré d'ouverture et le niveau d'intégration du RSV :

2.1. Le but poursuivi par l'utilisateur. En effet, l'utilisateur peut créer un compte sur un RSV motivé par les loisirs³²² (e.g., *Facebook*) ou dans un but strictement professionnel (e.g., *LinkedIn*). La motivation et les besoins personnels de l'utilisateur vont déterminer le choix du RSV.

2.2. Le mode opératoire du RSV. En effet, l'usager peut avoir recours à un RSV lui permettant de distribuer et de partager des contenus qu'il a créés lui-même. Dans ces RSV il existe un système de supervision pour garantir la véracité, l'adéquation et le respect des contenus au cadre moral du RSV en question. Ces RSV sont par ailleurs accessibles à tout le monde (e.g., *Wikipédia*, *Youtube* ou *Instagram*) et il n'y a pas besoin de créer un profil pour accéder aux informations qu'elles contiennent.

L'utilisateur peut également avoir recours à un RSV qui exige de lui qu'il fournisse un ensemble de données personnelles et/ou professionnelles dont une photographie personnelle (e.g., *Meetic* ou *LinkedIn*). Enfin, l'utilisateur peut avoir recours aux *micro-blogging* afin de partager et/ou commenter des informations de toute sorte (e.g., *Twitter* ou *Jaiku*).

2.3. Le degré d'ouverture du RSV. En effet, l'utilisateur est confronté au niveau de restriction pour accéder au RSV en fonction de son caractère privé / contractuel (e.g., *Wasify* ou *Path*) ou public (e.g., *Facebook*). Nous devons signaler

³²² Nous regroupons sous l'appellation de « loisir » les RSV généraux (partage de goûts, loisirs et voyages principalement), les RSV de contenus ciblés (photographie, vidéo ou musique) et les RSV d'objets (marques commerciales, voitures ou lieux).

que certains RSV permettent la constitution de groupes fermés (e.g., *Facebook*) dont les caractéristiques sont à la frontière entre les RSV directs et les RSV indirects³²³.

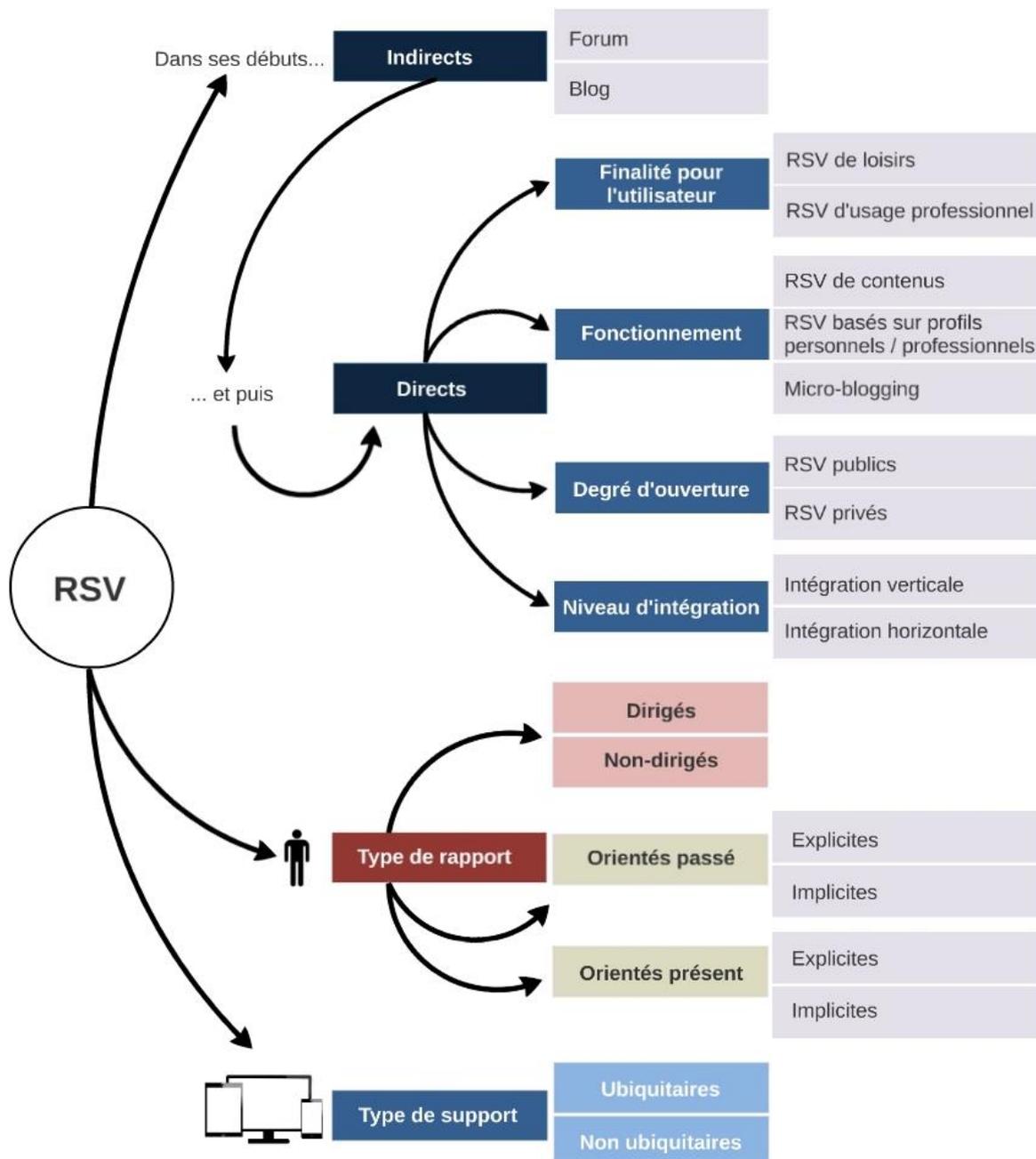
2.4. Le niveau d'intégration du RSV. En effet, le RSV peut faire l'objet d'une thématique, d'un contenu ou des intérêts communs à tous les utilisateurs, ce qui se traduit par une intégration verticale (e.g., *Flickr* pour la photographie, *Spotify* pour la musique ou *Dailymotion* pour les vidéos). Pour d'autres RSV le centre d'intérêt est exclusivement porté sur les utilisateurs et, de ce fait, les thématiques deviennent transversales (e.g., *Facebook* ou *LinkedIn*).

3. Type de rapport social. Le rapport social entre les utilisateurs peut être dirigé et, de ce fait, il n'est pas bidirectionnel (e.g., *Twitter*, les *forums*, voire les *fanpage* de Facebook). En revanche, le rapport social entre les utilisateurs peut être non-dirigé et, de ce fait, il est réciproque (e.g., *Facebook*). Par ailleurs, les utilisateurs ont le choix de rendre public explicitement le type relation qu'ils entretiennent avec d'autres utilisateurs du RSV (e.g., « ami » pour *Facebook*, « *followers* » pour *Twitter* ou « abonnés » pour *Instagram*) ou bien le type de relation est implicitement mise en évidence par le comportement des utilisateurs (e.g., *e-Bay* acheteur / vendeur). À cet égard, nous considérons que la catégorisation proposée par l'ONTSI (2011) ne tient pas compte d'un paramètre essentiel à nos yeux. En effet, à la lumière des travaux de De Federico (2006) au sujet de la notion d'« amitié » (évoqués *supra*), nous constatons que ce « rapport personnel, privé, volontaire et non ritualisé » que nous appelons amitié relève du vécu puisqu'il est construit dans l'espace expérientiel (i.e., l'apprentissage). De ce fait, l'amitié comporte une orientation vers le passé quand elle est déjà forgée (voir figure n° 5, p. 22), et une orientation vers le présent quand

³²³ Comme le signale Deborde dans un article de presse paru au journal français Libération le 5 mai 2017, la frontière entre public et privé est parfois difficile à déterminer. En effet, lors des élections présidentielles de 2017, la Commission Nationale de Contrôle de la Campagne électorale en vue de l'Élection Présidentielle (CNCCEP) a lancé un communiqué de presse le 4 mai 2017 pour rappeler que « [...] l'article L. 49 du code électoral interdit de diffuser ou de faire diffuser par tout moyen de communication au public par voie électronique tout message ayant le caractère de propagande électorale, sous peine d'une amende de 3750 euros par infraction. Cette interdiction, dont elle a précisé la portée dans son communiqué du 26 avril dernier, s'étend aux sites internet et aux réseaux sociaux, dès lors que les messages ne relèvent pas de la correspondance privée [...] ». Deborde signale à cet égard que, « [...] la jurisprudence prend en compte [...] le degré d'ouverture du réseau, le nombre d'utilisateurs, l'existence ou non d'une communauté d'intérêts unissant ceux-ci, les restrictions d'accès [...] ». Article de presse disponible à l'adresse http://www.liberation.fr/politiques/2017/05/05/ce-qu-on-peut-dire-ou-pas-sur-les-reseaux-sociaux-ce-week-end_1567279 ; Communiqué de presse de la CNCCEP disponible à l'adresse <http://www.cnccep.fr/communiqués/CP-CNCCEP-20170504-1.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017).

elle est encore à forger (voir figure n° 6, p. 23). Par conséquent, nous considérons que les rapports entretenus par les utilisateurs des RSV peuvent avoir une orientation vers le passé ou bien une orientation vers le présent, et leurs utilisateurs ont le choix de rendre explicites ou non la nature des rapports qu'ils entretiennent entre eux, car il s'agit avant tout d'un choix volitif et réfléchi.

Figure n° 31. Catégorisation des RSV. Notre élaboration à partir de l'ONTSI (2011 :13-17)³²⁴.



³²⁴ Images utilisées libres de droit. CC0 Public Domain, @Pixabay.

Nous proposons un quatrième critère de classification des RSV en fonction du dispositif utilisé pour y accéder et en prenant appui sur la notion de « monisme numérique ». En effet, les RSV peuvent être accessibles par l'intermédiaire d'un ordinateur personnel fixe et/ou à partir d'un ordinateur personnel portable, d'un téléphone intelligent ou d'une tablette, ce qui va se traduire par une approche relationnelle ubiquitaire (e.g., téléphone intelligent) ou non-ubiquitaire (e.g., ordinateur personnel fixe).

Les rapports que l'individu va entretenir avec le téléphone portable (Amri, 2011 ; Neykova, 2014 : 40-49) fera de cette machine une extension du corps :

« [...] Le téléphone mobile est devenu en peu de temps un outil indispensable en termes de communication et de relations interpersonnelles [...] Personnel, compact, commode, corporel et très intime, le téléphone mobile noue entre lui et son usager une convivialité particulière [...] Peu d'objets technologiques de l'ère contemporaine se sont glissés de manière massive et significative dans la gestualité quotidienne [...] Son intégration dans la routine corporelle étant un fait évident, l'objet est inséparable du sujet et l'éteindre un moment ne sera quasiment jamais pensé [...] ». (Amri, 2011)³²⁵.

La médiation des technologies dans les processus émotifs met en exergue le lien émotionnel intense que l'individu entretient avec son téléphone portable. L'intimité avec l'objet crée une dépendance ; cette dépendance est mise en évidence dans le désespoir provoqué par la perte du téléphone car l'utilisateur va perdre tous ses contacts ainsi que la *customisation* de son appareil, en dehors du préjudice économique que la disparition du téléphone risque de provoquer (Gallego, 2016 : 4). Cette intimité sera également rendue explicite dans les interactions que les interlocuteurs vont mener sur l'application *WhatsApp*, ce qui se traduira par l'émergence de la confiance interculturelle, comme nous allons le mettre en évidence dans ce travail de recherche.

Comme le souligne Márquez (2017 : 61-71), le téléphone intelligent en tant qu'objet *mobiquitaire* est une prothèse nomade de l'homme, un nouveau *métamédia*

³²⁵ Communication scientifique présentée par AMRI (2011) à l'Université d'été Ludovia. Informations disponibles à l'adresse <http://www.ludovia.org/2011/2011/07/13/telephone-portable-et-corporeite-une-double-mobilite-technologique-et-physique-dans-les-interactions-numeriques-des-jeunes/> (Date de consultation : 30/09/2017).

*verbovisue*³²⁶ en raison des sens sollicités par ses fonctionnalités qui vont converger sur l'écran. Le téléphone intelligent est une sorte de compendium de toute l'histoire des principaux moyens de communication de l'homme (De Kerckhove, 2005 : 4).

3.2.5 Les applications pour téléphones intelligents et les réseaux sociaux virtuels

Le niveau de pénétration des téléphones intelligents ne cesse d'augmenter au niveau mondial, atteignant actuellement 5 milliards de numéros uniques abonnés (près de 7,4 milliards d'abonnements mobiles à la fin 2016 dont 754 millions en Europe³²⁷), ce qui veut dire que plus de deux tiers de la population mondiale possède un téléphone portable³²⁸. Les sociétés qui proposent les services des RSV n'y sont pas insensibles. En effet, les RSV ne sont seulement accessibles sur le *Cloud*³²⁹ (par l'intermédiaire d'un ordinateur personnel ou portable) mais également sur un téléphone intelligent³³⁰ (par l'intermédiaire d'un logiciel préalablement installé sur celui-ci connu sous le nom d'application). L'application est symbolisée par un pictogramme sous forme de carré de couleur qui apparaît rangé par ordre alphabétique sur le menu d'accueil du téléphone. Une simple pression avec le doigt sur le pictogramme permet de l'activer.

Les RSV permettent aux utilisateurs une diffusion massive et rapide des informations (Maigrot et ali., 2017 : 1) mais l'accès à ces informations sont fortement dépendantes du canal de la communication (adressée ou flottante) et du support possédé par d'autres utilisateurs du réseau. En effet, comme nous l'avons évoqué

³²⁶ Un support métamédia est celui qui intègre plusieurs médias nouveaux et déjà existants (Manovich, 2013). De ce fait, l'expérience métamédiatique devient synesthésique.

³²⁷ D'après les estimations de l'*International Telecommunication Union*.

³²⁸ Muñoz, Ramón (2017) : *Más de dos tercios de la humanidad ya tiene un móvil*, in *El País digital, Tecnología*, Espagne [En ligne] Article de presse disponible à l'adresse https://elpais.com/tecnologia/2017/06/13/actualidad/1497374911_155073.html (date de consultation : 30/09/2017).

³²⁹ Cf. note n° 317, p. 166.

³³⁰ Bauman est à l'origine des notions de « modernité lourde » et de « modernité liquide ». Pour ce sociologue, la « mobilité lourde » répond à une logique dite « solide », obsédée par la taille et le volume des supports (« *el tamaño es poder, el volumen es éxito* ») (Bauman, 2000 : 122), une domination de l'espace par le temps permettant de raccourcir les distances. Cette notion se construit par opposition à celle de « modernité liquide », qui répond à une logique « fluide » (Marzloff, 2005), obsédée par la taille réduite des supports et leur portabilité, garants d'avancée et de progrès (Márquez, op.cit., p. 68) conduisant à l'anéantissement de l'espace par le temps.

supra, le caractère *mobiquitaire*³³¹ des téléphones intelligents vont permettre de remédier à cette contrainte véhiculaire de la réception des informations. Grâce aux téléphones intelligents, l'utilisateur des RSV a la possibilité de faire une diffusion massive et rapide des informations à destination des utilisateurs du RSV avec qui il est relié, lesquels peuvent avoir un accès immédiat à ces informations grâce à ce même type de dispositif. L'utilisateur des téléphones intelligents devient ainsi un *mobinaute*³³², voire *journaliste 2.0* de l'instant présent :

« [...] Il est devenu commun que des nouvelles importantes soient d'abord diffusées dans les réseaux sociaux avant d'être traitées par les médias traditionnels. Cette vitesse de propagation de l'information alliée au nombre de personnes la recevant définissent la viralité de l'information³³³ [...] ». (Maigrot et ali., *op. cit.*, p. 2.).

Le *mobinaute* évolue dans une société caractérisée par une vague constante d'innovations techniques qui le rendent de plus en plus mobile du point de vue spatio-temporel (i.e., « modernité liquide ») :

« [...] Les innovations techniques et sociales modifient constamment les accessibilités, les compétences et les appropriations qui permettent d'être mobiles et exigent une adaptation perpétuelle : les accès changent ; la connaissance processuelle prend de l'importance par rapport à la connaissance, la flexibilité devient plus importante que la durée [...] » (Neykova, 2004 : 99).

Ces innovations déterminent le capital de mobilité (i.e., le potentiel de mobilité) dont les acteurs sont porteurs (Neykova, *ibid.*). Ce capital de mobilité reçoit le nom de « *motilité* » :

« [...] Au même titre que l'argent renvoie au capital économique, le savoir et sa transmission au capital culturel, les réseaux de relations au capital social, la mobilité renvoie à la motilité et constitue un capital. On peut en être faiblement ou fortement doté,

³³¹ Proposé par Pisani et Piotet (2009), le concept de *mobiquité* est une hybridation lexicale des mots « mobilité » et « ubiquité ». Ce néologisme fait référence à la possibilité de pouvoir se communiquer et se renseigner à n'importe quel moment à partir d'un dispositif mobile (Márquez, *op. cit.*, p. 68).

³³² Individu ayant effectué une des activités suivantes depuis un terminal considéré comme mobile (e.g., téléphone mobile ou tablette) : consulter un site/une application mobile ; consulter ou envoyer des e-mails ; utiliser une messagerie instantanée ; regarder la télévision sur un téléphone mobile. Informations recueillies de l'adresse <https://www.definitions-marketing.com/definition/mobinaute/> (Date de consultation : 30/09/2017).

³³³ Maigrot et ali., *op.cit.*, p. 2.

surtout on peut en être doté de différentes manières (*i.e.*, être très compétent dans l'utilisation du réseau routier, et très peu comme usager des transports en commun). Non seulement le capital de motilité met en relief une nouvelle forme d'inégalités sociales, mais il permet de différencier des modes de vie à partir du rapport à l'espace et au temps" [...] ». (Kaufmann, 2005 :133).

À la lumière du degré de pénétration sociale des téléphones intelligents (voir annexe n° 5, p. 470) et à la lumière des perspectives à l'avenir (voir annexe n° 6, p. 471), plusieurs compagnies commerciales à l'origine des RSV ont saisi l'occasion pour concevoir des applications pour que les utilisateurs de leurs services puissent s'en servir sur leur *smartphone*. En mars 2016, 50 % des Français s'est connecté sur les RSV via un *smartphone*³³⁴ (voir annexe n° 7, p. 472) contre 41 % en Espagne³³⁵ (voir annexe n° 8, p. 473).

³³⁴ Informations disponibles à l'adresse <http://www.wifeo.com/blog/les-specificites-de-utilisation-des-reseaux-sociaux-sur-smartphone-65.php> (Date de consultation : 30/09/2017) Pour l'Espagne <https://marketing4ecommerce.net/viii-estudio-anual-de-redes-sociales-en-espana-2017/>

³³⁵ http://www.amic.media/media/files/file_352_1050.pdf - page 7.

3.3 L'application *Whatsapp*

Il nous semble important d'analyser préalablement le parcours de vie du concepteur de l'application pour téléphone intelligent *WhatsApp* afin de comprendre le contexte dans lequel elle a été conçue, ce qui justifie son véritable sens.

3.3.1 Le concepteur de l'application *WhatsApp*

WhatsApp est une application de messagerie instantanée gratuite entre personnes qui se connaissent déjà, parue dans sa première version sur le marché technologique le 24 février 2009.

Jan Koum, concepteur de cette application, est né le 24 février 1976 près de Kiev (Ukraine). Il émigre aux États-Unis avec sa mère pour embrasser le rêve américain. Ils s'installent en plein cœur de la *Silicon Valley* où il apprend l'informatique de façon autodidacte, devenant très compétent dans ce domaine. Il décide alors de poursuivre des études universitaires d'informatique et de mathématiques tout en les conciliant avec son travail de consultant en sécurité à la société *Ernst&Young*, qui lui donne la possibilité de travailler sur les systèmes informatiques d'une petite entreprise émergente nommée *Yahoo!* (Lefilliâtre, 2014). C'est dans cette entreprise qu'il sympathise en 1997 avec Brian Acton, qui deviendra quelques années plus tard cofondateur de la société *WhatsApp Inc.* En janvier 2007, la société américaine *Apple* lance l'*iPhone*³³⁶ et c'est alors que Jan Koum prend conscience de la révolution induite par cet appareil ainsi que par l'*App Store* (écosystème d'applications en ligne lancé en mars). Il garde depuis longtemps à l'esprit l'idée d'une messagerie s'affranchissant des tarifs des opérateurs télécoms et des frontières, et poursuit la réflexion sur les possibilités offertes par l'*iPhone*. En effet, la tyrannie des prix des SMS justifie l'obsession de Jan Koum pour la messagerie instantanée (Jiménez Cano, 2014). C'est ainsi qu'il va développer une application de messagerie instantanée gratuite pour téléphones intelligents synchronisés à la liste des contacts des utilisateurs³³⁷ ; la société *WhatsApp Inc.*³³⁸ est donc créée le 24 février 2009.

³³⁶ Cf. chapitre 3.1.4

³³⁷ Journal Ouest France, *ibid.*

3.3.2 La conception de l'application *WhatsApp*

Jan Koum réfléchit, dans un premier temps, à une application permettant à l'utilisateur de l'*iPhone* de signaler un statut sur son appareil, à l'image des statuts disponibles sur *Yahoo Messenger* ou sur *Skype*, et qui serait exclusivement visible pour les utilisateurs figurant sur la liste des contacts de l'*iPhone*. En juin 2009 *Apple* met à disposition des développeurs les notifications *push*³³⁹, ce qui attire l'attention de Jan Koum (Olson, 2014). En effet, l'application est programmée de façon à ce que ses utilisateurs puissent diffuser leurs statuts à leurs listes de contacts, ce qui va générer une sorte de conversation entre eux par le biais des statuts. Il annonce en août 2009 la version 2.0 de *WhatsApp* intégrant une nouvelle fonctionnalité très attendue des utilisateurs : la messagerie instantanée. Le seul service de messagerie instantanée à l'époque était le *BlackBerry BBM*, utilisable exclusivement entre appareils de la marque *BlackBerry*. Il y avait également *Google G-Talk* et *Skype*, mais l'application *WhatsApp* était la seule à proposer pour mot de passe le numéro de téléphone de l'appareil téléphonique sur lequel elle est installée (Olson, 2014). *WhatsApp* devient très rapidement l'une des applications les plus téléchargées aux États-Unis (Lefilliâtre, 2014).

Mark Zuckerberg, CEO de la société *Facebook Inc.*, prend conscience du fait que l'application *WhatsApp* va atteindre un milliard d'utilisateurs, et qu'elle a 450 millions d'utilisateurs actifs par mois avec un taux d'adhérence de 70 % (contre 62 % des utilisateurs de *Facebook*) (Carlson, 2014). Ce n'est qu'en février 2014 que Mark Zuckerberg convainc les cofondateurs de *WhatsApp* et achète cette compagnie à 19 milliards de dollars. Afin d'expliquer la vente de la société aux utilisateurs de l'application, Jan Koum écrira le 17 mars 2014 un billet intitulé « Rétablir la vérité³⁴⁰ » sur le blog de la société *WhatsApp* :

³³⁸ Sur le blog de la compagnie *WhatsApp*, il est annoncé que « le nom *WhatsApp* est un jeu de mots sur *What's Up* », ce qui peut être traduit en français par « Quoi de neuf ». Information disponible à l'adresse <https://www.whatsapp.com/about/?l=fr> (Date de consultation : 30/09/2017).

³³⁹ « Une *push notification* d'application mobile est un message d'alerte venant s'afficher sur l'écran du *smartphone* des utilisateurs en liaison avec une application mobile installée. Selon les environnements, une autorisation de réception des notifications doit ou non être donnée ». Informations disponibles à l'adresse <http://www.definitions-marketing.com/definition/> (Date de consultation : 30/09/2017).

³⁴⁰ Données recueillies de l'adresse <https://blog.whatsapp.com/529/R%C3%A9tablir-la-v%C3%A9rit%C3%A9?l=fr> (Nous avons reproduit le texte tel qu'il apparaît sur le blog. Date de consultation : 30/09/2017).

« [...] Avant tout, je tiens à m'assurer que vous comprenez à quel point le principe de communication privée est important pour moi. Il s'agit de quelque chose de très personnel. Je suis né en Ukraine et j'ai grandi en Union soviétique dans les années 1980. L'un de mes souvenirs les plus marquants de cette période est une phrase de ma mère que j'entendais fréquemment lorsqu'elle était au téléphone : "Ce n'est pas une conversation à avoir au téléphone. Je te parlerais en personne". Le fait que nous ne pouvions pas communiquer librement sans craindre que nos communications seraient surveillées par le KGB est, en partie, la raison pour laquelle nous avons emménagé aux États-Unis lorsque j'étais adolescent. Le respect pour votre confidentialité est ancrée dans notre ADN et nous avons créé WhatsApp avec l'objectif d'en savoir aussi peu que possible sur vous [...] Si ce partenariat avec Facebook signifiait que nous devrions changer nos valeurs, nous ne l'aurions pas fait. Au lieu de ça, nous formons un partenariat qui nous permettra de continuer à opérer indépendamment et de façon autonome. Nos valeurs fondamentales et croyances ne changeront pas. Nos principes ne changeront pas. Tout ce qui a fait de WhatsApp le leader de la messagerie personnelle sera toujours en place. [...] Notre objectif reste d'honorer la promesse de WhatsApp au delà des frontières afin que les gens autour du monde aient la liberté de communiquer leurs pensées sans craintes ».

L'application *WhatsApp* a connu une série de mises à jour évolutives depuis son acquisition par *Facebook Inc.* afin que l'utilisateur de cette application puisse bénéficier de quelques fonctionnalités qui sont déjà présentes dans d'autres applications (notamment *Skype*, *Telegram*, *Snapchat* et *Instagram Stories*). Les évolutions permettant la consolidation et le positionnement concurrentiel de *WhatsApp* : l'appel vocal en *VoIP*³⁴¹ (mars 2015) ; l'application de bureau pour ordinateur fixe ou portable, *WhatsApp Web* (janvier 2015) ; le chiffrement de bout en bout afin de protéger la confidentialité des conversations (avril 2016) ; le dessin sur des photos et l'utilisation d'*emojis*³⁴² pour envoyer des messages (octobre 2016) ; l'appel vidéo en *VoIP* (novembre 2016) et, enfin, la fonctionnalité *WhatsApp Status* (février 2017). Le 18 janvier 2016 *WhatsApp* annonce que l'application devient

³⁴¹ *VoIP* est un acronyme pour *Voice over Internet Protocol* (ou protocole de communication utilisé par le réseau Internet). La *VoIP* est une technologie qui offre la possibilité à l'utilisateur de transmettre de la voix en passant par le réseau Internet évitant ainsi l'utilisation d'une ligne téléphonique classique (communication satellitaire ou terrestre). La technologie *VoIP* utilise la connexion Internet du téléphone portable au lieu d'utiliser le forfait téléphonique, ce qui est avantageux du point de vue tarifaire pour son utilisateur.

³⁴² L'*emoji* est un émoticon de deuxième génération qui est figuratif. Les *emojis* sont devenus populaires grâce à l'application *WhatsApp* en raison de leur intégration sur le clavier textuel des systèmes opératifs iOS ou Android (Calero, 2014 : 104).

gratuite. Le tableau n° 10 rend compte du succès et du niveau de pénétration de l'application au niveau mondial (665 millions de personnes utilisent l'application *WhatsApp* chaque jour). L'Espagne est actuellement le cinquième pays au monde et le premier pays européen à utiliser cette application ; elle compte près de 20 millions de personnes qui l'utilisent quotidiennement 49 minutes en moyenne, contre un peu plus de dix millions en France³⁴³ pour une utilisation quotidienne de 27 minutes en moyenne.

Tableau n° 10. Utilisation de l'application *WhatsApp*. Source : Statista.fr

	Niveau mondial	
Nombre de messages envoyés chaque jour (2017)	55 milliards	
Nombre de photos envoyées chaque jour (2017)	4,5 milliards	
Nombre de vidéos partagées chaque jour (2017)	1 milliard	
Nombre d'appels <i>VoIP</i> chaque jour (2016)	100 millions	
Nombre de messages vocaux envoyés chaque jour (2016)	200 millions	
Nombre d'utilisateurs dans le monde (2017)	1,2 milliard	
Nombre d'utilisateurs actifs dans le monde (2016)	950 millions	
Pourcentage des utilisateurs actifs chaque jour (2016)	70 %	
	France	Espagne
Taux d'utilisation ³⁴⁴ de <i>WhatsApp</i> parmi les internautes (2017)	16,9 %	89 %
Nombre d'utilisateurs de <i>WhatsApp</i> (en millions) (2017)	10,8	17,08
Temps passé par semaine sur l'application <i>WhatsApp</i> (2017)	03h11'	05h40'
Temps passé par semaine ³⁴⁵ sur l'application Facebook (2017)	03h58'	04h24'

Malgré un taux de pénétration et d'une croissance d'Internet assez élevé, les Français privilégient l'ordinateur personnel au téléphone portable pour l'utilisation des réseaux sociaux. En revanche, les Espagnols privilégient le téléphone portable, comme montre le tableau n° 11 (Voir tableau n° 11, p. 179).

³⁴³ L'utilisation des SMS en Espagne commence son déclin en 2011 ; entre 2012 et 2013 le téléphone intelligent devient populaire, ce qui favorise le succès de l'application *WhatsApp*. En revanche, les Français sont très attachés aux SMS et aux MMS. La démocratisation des forfaits SMS et MMS illimités a favorisé leur permanence ; il s'agit d'une stratégie des principaux opérateurs de téléphonie pour faire obstacle à cette application. D'après l'ARCEP (Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes), près de 208 milliards de SMS et de MMS ont été envoyés en France en 2016. Informations disponibles aux adresses <https://www.arcep.fr/index.php?id=13365> et <http://www.journaldunet.com/ebusiness/telecoms-fai/orange-sfr-joyn-sms-0315.shtml> (Date de consultation : 30/09/2017).

³⁴⁴ Données recueillies de l'URL <http://www.eleconomista.es/tecnologia/noticias/8268413/04/17/Los-espanoles-usan-WhatsApp-y-no-necesitan-tantos-gigas-solo-un-93-tiene-contratados-mas-de-5GB.html> et <http://www.alexitaubin.com/2013/04/combien-dutilisateurs-de-facebook.html>

³⁴⁵ Données recueillies de l'URL <https://blog.digimind.com/fr/tendances/chiffres-facebook-en-france-2016/> (Date de consultation : 30/09/2017).

Tableau n° 11. Comparaison entre la France et l'Espagne en 2017³⁴⁶.

	Fr	Esp
Population (millions)	64,80	46,07
Population urbaine	80 %	80 %
Usagers d'Internet (millions)	56,80	37,87
Taux de pénétration d'internet	87,6 %	82,2 %
Croissance de l'utilisation d'Internet	2 %	6 %
Usagers actifs des réseaux sociaux sur PC (millions)	36,00	25,00
Taux de pénétration des réseaux sociaux sur PC	56 %	54 %
Croissance des utilisateurs des réseaux sociaux	13 %	14 %
Nombre d'abonnements de téléphones portables (millions)	65,15	50,91
Pourcentage de téléphones portables par rapport à la population	101 %	111 %
Taux de pénétration du <i>smartphone</i>	65 %	66 %
Usagers actifs des réseaux sociaux sur téléphone portable (millions)	29,00	22,00
Taux de pénétration des réseaux sociaux sur un téléphone portable	45 %	48 %
Taux des personnes possédant un téléphone portable (usage personnel)	78 %	88 %
Vitesse de connexion mobile (en MBPS)	12,40	13,40
Part de trafic sur téléphone portable	23 %	42 %
Temps passé par jour sur Internet à partir d'un PC	03h40'	03h36'
Temps passé par jour sur Internet à partir d'un téléphone portable	01h08'	01h53'
Temps passé par jour sur les réseaux sociaux	01h23'	01h41'

3.3.3 Caractéristiques techniques de l'application *WhatsApp*

Disponible en 60 langues³⁴⁷, *WhatsApp* est une application multiplateforme gratuite susceptible d'être utilisée avec les systèmes d'exploitation *IOS*, *Android*, *Windows Phone*, *Blackberry* et *Symbian*. Elle utilise une version personnalisée du protocole ouvert *Extensible Messaging and Presence Protocol* (XMPP) et occupe entre 12 et 18 MB de mémoire (plus l'espace nécessaire pour les données).

Afin d'utiliser l'application, l'utilisateur doit préalablement la télécharger sur son téléphone portable. Une fois l'application installée et démarrée par l'utilisateur, le logiciel qui contient l'application va repérer automatiquement le numéro d'identification de l'appareil (IME) ; ensuite il va demander à l'utilisateur de bien vouloir saisir le numéro de son téléphone portable pour que l'application soit opérationnelle.

³⁴⁶ Rapports *Hoofdsuite* (*We are social*). <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-global-overview> et <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/2017-digital-yearbook> (Date de consultation : 30/09/2017).

³⁴⁷ 60 langues disponibles seulement sur Android.

Un compte utilisateur va être créé automatiquement par le logiciel à partir du numéro de téléphone portable que l'utilisateur vient de saisir (et qui prendra la forme `numerodetelephone@s.whatsapp.net`). En ce qui concerne le mot de passe, le logiciel va utiliser l'algorithme *hash*³⁴⁸ MD5 de l'IMEI inversé pour la version *Android*, et l'algorithme *hash* MD5 de l'adresse *MAC* du téléphone en double pour la version *IOS*. L'intérêt de cet algorithme réside sur le fait qu'il va crypter les données indépendamment du contenu qu'elles véhiculent. Étant donné que chaque téléphone portable est identifié par un IMEI, cette fonction de cryptage devient en quelque sorte un sceau de garantie qui témoigne qu'il s'agit bien de l'appareil téléphonique de l'utilisateur, préservant ainsi toute sa confidentialité. Une fois créés l'identifiant et le mot de passe, l'application sera synchronisée avec l'application native qui contient le carnet d'adresses du téléphone ; le logiciel listera automatiquement tous les contacts du carnet d'adresses qui ont également installé l'application sur leur téléphone portable. L'utilisateur pourra désormais communiquer avec les contacts présents sur l'application.

L'application *WhatsApp* permet l'envoi et la réception de messages textuels courts (i.e., textos), d'images, d'audios, de vidéos, de contacts ainsi que la géolocalisation, et ce par deux moyens possibles : en utilisant la connexion Internet du téléphone portable, ou bien grâce au WI-FI. Elle permet également les appels de voix sur *IP* (ou *VoIP*), et peut être utilisée sur un ordinateur fixe ou portable³⁴⁹ grâce à une extension *ad hoc*. Enfin, *WhatsApp* permet également la sauvegarde de toutes conversations ainsi que l'envoi de l'historique des conversations par courrier électronique. Néanmoins, l'application permet d'envoyer de documents liés à la bureautique dont le poids est inférieur à 100 MB.

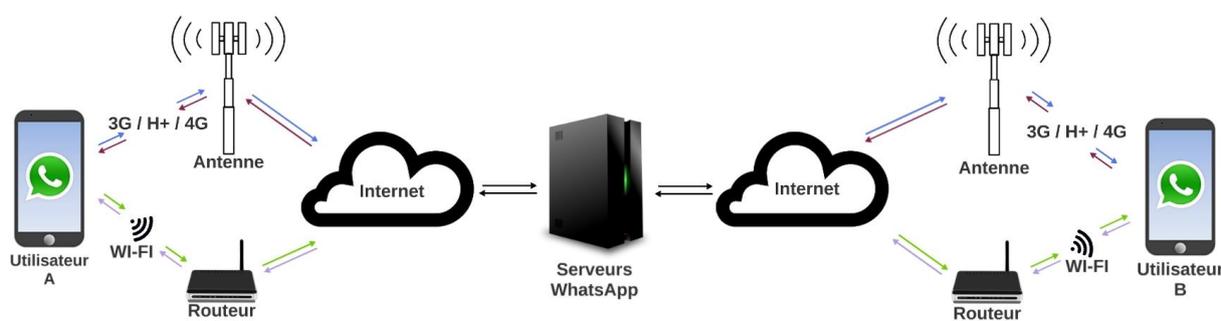
Les messages écrits sont envoyés directement de l'appareil téléphonique de l'utilisateur vers l'appareil téléphonique du destinataire (voir figure n° 32, p. 181). Le canal utilisé par l'application en vue de transmettre le message est multiple. En effet,

³⁴⁸ Sans rentrer dans des détails beaucoup plus techniques, le terme *hash* fait référence à un algorithme de protection et/ou de cryptage. L'action de protéger ou de crypter des données numériques reçoit le nom de *hashage*. Il existe plusieurs algorithmes de *hashage*, le plus utilisé étant *hash* MD5. L'intérêt de cet algorithme réside sur le fait qu'il va crypter les données indépendamment du contenu qu'elles véhiculent. Étant donné que chaque téléphone portable est identifié par un IMEI, cette fonction de cryptage devient en quelque sorte un sceau de garantie qui témoigne qu'il s'agit bien de l'appareil téléphonique de l'utilisateur.

³⁴⁹ Cette possibilité n'est pas actuellement disponible pour les tablettes.

le message peut être envoyé par le WI-FI jusqu'à un routeur, ou bien par le réseau 3G / H+ / 4G jusqu'à une antenne téléphonique. Ensuite, le message circulera sur Internet jusqu'aux serveurs de la société *WhatsApp*. Une fois arrivé sur les serveurs, le message est redirigé vers le destinataire en prenant le même cheminement. L'utilisateur a la possibilité de recevoir un accusé de réception du message qui s'affiche sur l'écran ainsi qu'un signal pour lui confirmer que le message a été lu, de la même façon que le destinataire a la possibilité de refuser d'accuser réception des messages qu'il reçoit.

Figure n° 32. Fonctionnement de l'application *WhatsApp*. Notre élaboration.



Les messages peuvent être composés par l'utilisateur de trois manières différentes³⁵⁰ : l'utilisateur peut rédiger son message en le composant directement sur le clavier du téléphone portable (voir annexe n° 9, p.474) ; l'utilisateur a la possibilité d'enregistrer oralement son message sur un fichier audio (voir annexe n° 10, p. 475) ; enfin, l'utilisateur peut avoir recours à la reconnaissance vocale afin qu'un logiciel de reconnaissance vocale retranscrive son message oral (voir annexe n° 11, p. 476).

Les images, les documents audio ou les documents vidéo sont envoyés en déposant le contenu sur les serveurs web de *WhatsApp*³⁵¹ et en y ajoutant un lien vers celui-ci avec une miniature codifiée. L'avantage que présente cette façon de procéder est double : d'un côté, la personne à qui est destiné le message peut

³⁵⁰ Ce procédé technique pour l'élaboration des messages met en évidence l'oralité comme dimension prédominante de l'application *WhatsApp* (Voir image n°8, p. 26 [continuum proximité – distance]). (Images utilisées libres de droit. CC0 Public Domain, @Pixabay).

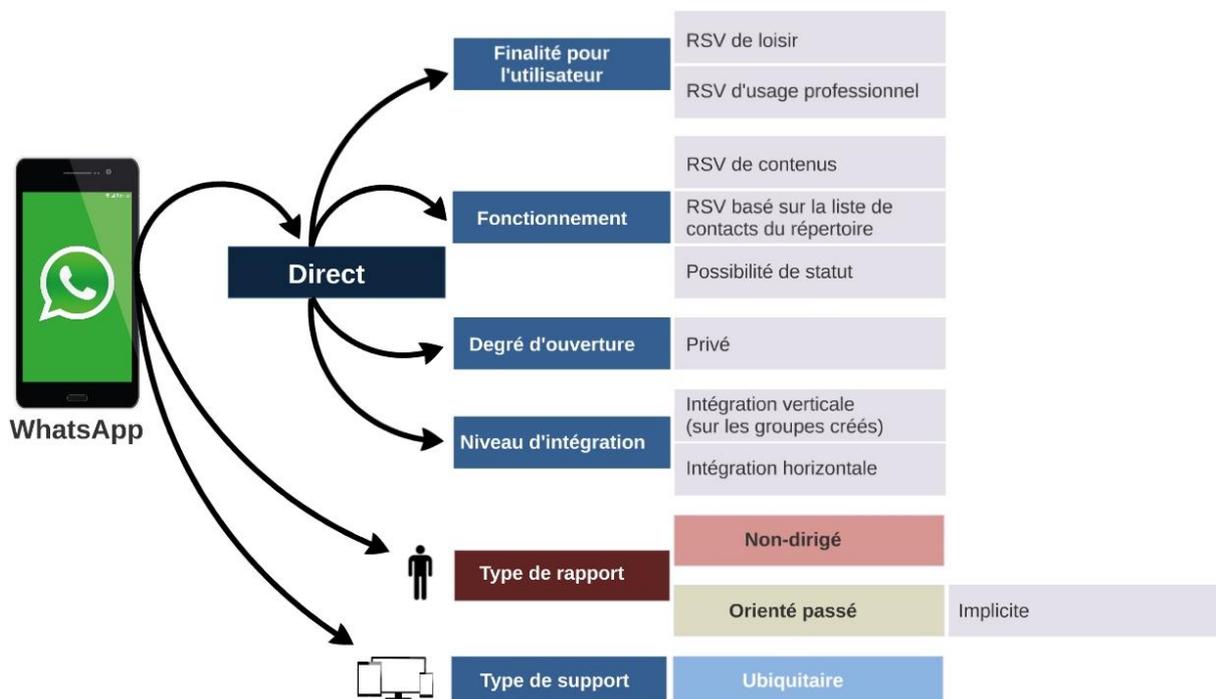
³⁵¹ L'article de LIU et GOU (2014 : 2-3) explique avec détail le procédé.

décider si elle souhaite ou non et à quel moment télécharger les fichiers sur son téléphone et, d'un autre côté, cette personne peut avoir le contrôle sur la consommation des données. Enfin, il faut signaler que l'application permet à l'utilisateur de constituer de groupes intégrant un maximum de 256 personnes.

3.3.3.1 L'application WhatsApp : un réseau social virtuel

Certains spécialistes du domaine de la technologie estiment que l'application *WhatsApp* n'est pas un RSV. Plusieurs raisons sont évoquées : l'application manque de mur proprement dit ; elle manque de moteur de recherche de contenus ; elle manque de profil personnel indexable ; elle ne permet pas de catégoriser les contacts ; elle ne favorise l'effet viral des informations et, de ce fait, son influence serait mise en question ; enfin, les conversations ne sont pas ouvertes.

Figure n° 33. L'application *WhatsApp* comme RSV. Notre élaboration.



Toutefois, nous considérons que l'application *WhatsApp*³⁵² est un véritable RSV (voir figure n° 33). Pour en donner les raisons, nous allons reprendre la

³⁵² Nous aborderons l'analyse de l'application WhatsApp au chapitre 3.3. (Images utilisées libres de droit. CC0 Public Domain, @Pixabay).

définition et les caractéristiques des RSV (Cf. chapitre 3.2.4.). En effet, comme nous l'avons signalé, les RSV ont pour objectif de permettre aux utilisateurs d'être en relation et de communiquer entre eux, ainsi que de partager du contenu et de créer des communautés. L'application *WhatsApp* donne la possibilité à l'utilisateur d'être en relation et de communiquer avec les contacts qui apparaissent sur le répertoire de son téléphone intelligent, dans la mesure où ceux-ci auraient installé l'application sur leurs téléphones respectifs.

Nous avons également signalé que les RSV permettent aux utilisateurs de construire un profil public ou semi-public délimité dans le système en créant une fiche d'utilisateur avec ses données personnelles ou professionnelles. Ce profil devient en quelque sorte une carte de présentation de l'utilisateur pour qu'il puisse être repérable et joignable. L'application *WhatsApp* étant une application de messagerie instantanée gratuite entre personnes qui se connaissent déjà (i.e., privée), le numéro de téléphone du contact³⁵³ assume entièrement la fonction de profil, même si pour certaines personnes il n'en est pas un proprement dit car il s'agirait d'une identification associée à un numéro de téléphone portable³⁵⁴. En tout état de cause, cette application rassemble une communauté de personnes ayant un lien direct entre elles. Les RSV permettent d'articuler une liste d'utilisateurs avec qui partager une connexion *online*. L'application *WhatsApp* présente un avantage majeur pour l'utilisateur puisque le système lui permet de lister automatiquement les contacts enregistrés dans le répertoire de son téléphone intelligent. Même si

³⁵³ Le succès des *smartphones* a provoqué une perte considérable de la mémoire numérique des individus, qui sont dans l'impossibilité de se rappeler du numéro de téléphone de ses proches. Les recherches menées par Ward et ali., (2017) indiquent que la présence du *smartphone* provoque chez l'individu une diminution de la capacité cognitive, de la mémoire et de l'intelligence fluide. Article disponible à l'adresse <http://www.journals.uchicago.edu/doi/pdfplus/10.1086/691462> (Date de consultation : 30/09/2017). Dans ce sens, Gallego (2016 : 18) signale que les téléphones portables et le fait d'organiser sont une délégation de la mémoire (e.g., l'agenda, les contacts, les photographies, les messages, voire les conversations enregistrées).

³⁵⁴ Cependant, comme le signale Martín (2016 : 114-115), l'utilisateur a la possibilité d'ajouter une photo personnelle ou une image dans son profil ; il peut également indiquer son état d'âme ou la situation dans laquelle il se trouve par le biais d'une information verbale, iconique ou iconique-verbale, ce que lui permet de configurer en quelque sorte un profil social. Par ailleurs, le numéro de téléphone portable est directement associé à l'identité de l'utilisateur et, de ce fait, les conversations menées sur *WhatsApp* constituent, du point de vue juridique, une preuve électronique de validité procédurale [Carrasco (2016), Rojas (2016) et Maeztu (2016)]. Enfin, il nous semble pertinent de signaler que de la même façon qu'un utilisateur peut créer plusieurs comptes sur le RSV Facebook avec des profils différents, un utilisateur peut avoir plusieurs téléphones portables avec des comptes *WhatsApp* différents.

l'application ne permet pas de catégoriser les contacts du répertoire, c'est par le biais des groupes de discussion que cette catégorisation va intervenir *de facto*.

L'une des fonctionnalités les plus importantes des RSV est la connectivité. En effet, ils permettent à l'utilisateur de parcourir sa liste de contacts ainsi que celle des autres à l'intérieur du système dans le but d'établir une éventuelle relation personnelle. L'application *WhatsApp* permet la constitution des groupes avec des utilisateurs susceptibles de ne pas figurer sur la liste de contacts de chacun des membres, ce qui véhicule l'idée de connectivité, permettant ainsi de maintenir les liens sociaux existants et/ou d'établir de nouvelles connexions entre utilisateurs. Le profil de l'utilisateur des RSV peut être un paramètre déterminant pour la mise en relation des utilisateurs puisqu'il peut devenir une sorte de carte de présentation standardisée plus ou moins détaillée et un élément déclencheur des intérêts communs. Comme nous l'avons signalé *supra*, l'application *WhatsApp* est utilisée par des utilisateurs qui se connaissent déjà ; chacun des utilisateurs sait comment s'appellent les autres et, par ailleurs, une interaction préalable a eue lieu entre eux (De Federico, 2011).

En outre, les différentes mises à jour de l'application *WhatsApp* intègrent des fonctionnalités qui estompent progressivement la ligne subtile de démarcation entre les RSV et les applications de téléphone intelligent pour communiquer.

Certains spécialistes signalent que les utilisateurs ne conçoivent pas l'application *WhatsApp* comme un moyen pour communiquer mais comme un but en soi puisque *WhatsApp* est devenu un lieu pour le développement des relations personnelles ainsi qu'un scénario d'événements (Perlado et Rubio, 2015 : 77). En effet, comme le signalent Jiménez et Cicera (2013 : 1120) :

« [...] Au cours du temps (*les avancés technologiques*) ont forgé petit à petit ce nouveau genre d'être humain à qui faisaient référence McLuhan ou Le Corbusier, lequel se déplace sur toute la planète par le biais des réseaux et qui n'a plus besoin de sortir de chez lui pour rencontrer d'autres individus qui sont également sortis de chez eux, comme racontait Ortega y Gasset. Actuellement les rencontres prennent la forme d' "événements" de *WhatsApp*, de la même façon que pour faire des courses il ne faut pas aller au marché, ou pour voyager il suffit d'un coup de clic. Ce n'est qu'une évolution

de la société dans laquelle l'on vit [...] La construction du nouvel espace virtuel et l'essor des applications sociales modifie notre comportement et notre ville³⁵⁵ [...] ».

3.3.4 WhatsApp pour les entreprises

L'internet a dessiné un univers de possibilités fertiles à tous points de vue dans les domaines mentionnés *supra*. En effet, les Technologies de l'Information et de la Communication ont entraîné un changement dans le mode opératoire des entreprises, qui doivent constamment faire preuve d'adaptabilité. Comme le signale Muet (2006 : 358-359) :

« [...] Que les ordinateurs et les TIC jouent un rôle aussi décisif dans les bouleversements de l'économie se comprend aisément lorsqu'on pense le marché et les systèmes d'organisation comme un processus de transmission et d'échange d'information [...] ».

C'est grâce à l'Internet que les entreprises ont développé le commerce électronique (ou *e-commerce*³⁵⁶), devenant souvent banc d'essai des pratiques traditionnelles de l'économie de marché :

« [...] le fonctionnement et les usages actuels du système Internet constituent une sorte de "laboratoire", préfigurant des phénomènes qui régiront à terme une part importante des activités socio-économiques. Parmi ces phénomènes moteurs de la "révolution numérique", figurent notamment l'émergence de l'entreprise en réseau, l'autonomisation croissante du travail, le rôle accru des marchés financiers dans la dynamique industrielle et les processus d'innovation, la recomposition de la gestion des savoirs et de la connaissance [...] ». (Curien et Muet, 2004 : 73).

³⁵⁵ Notre traduction. « [...] *A lo largo del tiempo (los avances tecnológicos) han ido forjando poco a poco a ese nuevo tipo de humano que hacía referencia McLuhan o Le Corbusier, que se mueve a través de redes por todo el planeta y que ya no necesita salir de sus casas para reunirse con otros que también han salido de sus casas, como contaba Ortega y Gasset. Ahora los encuentros se realizan en "eventos" de WhatsApp, del mismo modo que para comprar no hace falta ir al mercado, o para viajar es suficiente un golpe de clic. No se trata sino de la evolución de la sociedad en la que vivimos [...] La construcción del nuevo espacio virtual y el florecimiento de aplicaciones sociales modifica nuestro comportamiento y nuestra ciudad [...] ».*

³⁵⁶ D'après le bilan pour l'année 2016 de la Fédération *e-commerce* et vente à distance (FEVAD), le *e-commerce* représente 8 % du commerce de détail, ce qui s'est traduit par un chiffre d'affaires de 72 milliards d'euros en France, contre 23,9 milliards en Espagne. Les ventes sur internet ont progressé de près de 15 % sur un an, et la part des ventes internet réalisée sur mobile continue d'augmenter fortement (+60 %). 36,6 millions de Français ont acheté sur internet en 2016 dont 9,3 millions à partir de leur téléphone portable. Rapport FEVAD disponible à l'adresse http://www.fevad.com/wp-content/uploads/2017/06/Chiffres-Cles-2017_BasDef.pdf (Date de consultation : 30/09/2017).

Par ailleurs, certains spécialistes de la communication dans le domaine de l'entreprise, comme Bordeau (2014), signalent que la vraie révolution digitale est une révolution du langage. En effet, cette révolution est mise en évidence par la création d'une série d'outils de pilotage de l'écrit ainsi que par un discours qui se nourrit de la parole des collaborateurs et des consommateurs, ce qui va se traduire par l'émergence d'une langue plus authentique³⁵⁷ et argumentée³⁵⁸ :

« [...] La multiplication des contenus entraîne un phénomène de saturation qui peut éroder l'attractivité de votre entreprise, son pouvoir de séduction et de fidélisation. Vous devez veiller, entre autres, avec votre directeur du digital, votre directeur de la communication ou votre directeur de la RSE, à la cohérence, à la synchronisation et à la qualité de vos messages. Avec eux, vous devez décider d'une ligne éditoriale [...] Vos valeurs sont-elles en lien avec la réalité de votre entreprise ? Connaissez-vous les contenus qu'elle diffuse ? Ne créent-ils pas une forme de sur-promesse vis-à-vis de vos clients et de vos marchés ? Ont-ils confiance en ce que vous leur racontez ? Les termes "empowerement", "transparence", "transversalité", "expérience" et "synchronicité" racontent la révolution du langage qui est en marche [...] En créant le récit de votre entreprise, vous vous assurez un capital confiance et un retour sur investissement [...] ». (Bordeau, 2016).

Enfin, cette révolution du langage se manifeste également par la constitution de rapports de plus en plus symétriques entre les différents acteurs qui seront mis en exergue par la conversation :

« [...] Avec l'arrivée de *Facebook*, les entreprises sont rentrées en conversation. Elles vivent dans une agora perpétuelle. À tout moment, sans clémence, le web les expose au marché, les fait dialoguer avec leurs clients, les met face aux parties prenantes. Un *fact-checking* redoutable passe leurs messages au détecteur de mensonge [...] Votre entreprise doit s'exprimer par une parole responsable en tant que marque employeur et face à ses parties prenantes [...] Elle existe grâce à un échange continu avec ses clients, un "customer content" en constante expansion. Enfin, de New York à Bogota, votre entreprise diffuse des images sur *YouTube*, *Instagram*, *Snapchat* et dialogue sur

³⁵⁷ « [...] Thierry Plantegenest, directeur Client Groupe Renault Monde souligne "On vient juste de découvrir la puissance du langage et c'est le digital qui a changé la donne" [...] ». (Bordeau, *ibid.*).

³⁵⁸ « [...] On nous parle de salle de rédaction, voire d'une *newsroom* capable d'associer au sein de l'entreprise la production conjointe du texte et de l'image... Les compétences s'élargissent, de nouveaux métiers apparaissent dans l'entreprise : Chef de l'éditorial 2.0, *Chief Digital Officer*, Directeur marketing digital, *data analysts*, philosophes, linguistes, chercheurs, experts.... Les littéraires rejoignent les entreprises et les écrits, déjà, se partagent entre des équipes internes qualifiées et de nouveaux types d'agences [...] ». (Bordeau, *ibid.*).

Facebook, LinkedIn, Twitter, WhatsApp [...] Il n'est plus possible de garder le contrôle de l'information, il faut privilégier le dialogue [...] ». (Bordeau, *ibid.*).

Le véritable intérêt de l'Internet réside sur le fait qu'il a favorisé un type de médiation très intéressante vis-à-vis de l'information au sein des communautés d'internautes-consommateurs qui est connu sous le nom d'infomédiation, comme l'expliquent Curien et Muet (*op. cit.*, pp. 40-41) :

« [...] Les TIC permettent des échanges plus riches entre acteurs du marché, notamment entre consommateurs. On observe ainsi sur Internet l'émergence d'une fonction d'intermédiation électronique, "l'infomédiation", se plaçant à l'interface offre-demande [...] Il apparaît maintenant que le modèle d'affaires le plus prometteur, parce qu'il contourne les contraintes de la distribution physique et qu'il engrange recettes publicitaires et commissions commerciales, ne consiste pas à vendre des produits, mais simplement à mettre en relation des vendeurs et des acheteurs : en bref, l'archétype *e-Bay*, contre l'archétype *Amazon* [...] L'infomédiation intervient pour développer des marchés de type B to C (*Business to Consumer*) et B to B (*Business to Business*) mais également des marchés secondaires, de type C to C (*Consumer to Consumer*) [...] ».

Il faut cependant nuancer que ces auteurs ignoraient en 2004 le rôle disruptif qu'allaient jouer les applications pour téléphone intelligent quelques années plus tard. En effet, Curien et Muet étaient loin d'imaginer le succès et la portée de l'application *WhatsApp*, qui a une fonction essentielle d'infomédiation permettant de mettre en relation gratuitement deux ou plusieurs acteurs sociaux (e.g. des vendeurs et des acheteurs), sans recettes publicitaires ni commissions commerciales.

Comme nous l'avons évoqué *supra*, l'Internet a joué un rôle majeur dans l'*empowerment* de l'utilisateur, qui est devenu une sorte de nouveau consommateur qui prend le pouvoir et qui interagit constamment avec les informations (*homo numericus*). De ce fait, l'information et sa transmission sont au cœur des préoccupations actuelles des entreprises :

« [...] la bonne articulation des actions menées par les services de communication et par les autres départements se révèle essentielle pour assurer la convergence des messages et le rayonnement de la marque [...] Face à cette audience éclatée [...] les messages doivent impérativement s'adapter aux différents supports [...] la meilleure

réponse du communicant repose à mon sens sur 3 leviers : l'écoute, l'authenticité et l'action. L'écoute d'abord : il s'agit d'être attentif aux signaux faibles, notamment en se montrant ouvert à la discussion et en acceptant le "lâcher-prise". L'authenticité ensuite : avec l'explosion des réseaux sociaux, l'exposition des marques est si forte qu'il faut essayer de défendre au maximum une communication fondée sur l'authenticité, en ligne avec les valeurs de l'entreprise. Enfin l'action : c'est sans doute le point le plus important, il n'est plus possible à l'heure de la transparence d'adopter une posture uniquement déclarative. Il faut que nos prises de parole soient suivies d'effets, sans quoi elles seront légitimement remises en question³⁵⁹ [...] ».

C'est grâce à l'écoute, à l'authenticité et à l'action de l'entreprise qu'une relation de confiance avec le client pourra être envisageable³⁶⁰. À cet égard, certaines entreprises ont déjà saisi l'intérêt que présente l'application *WhatsApp* dans le cadre du service clientèle³⁶¹. En effet, comme nous l'avons signalé précédemment, il s'agit d'une application qui est très simple à utiliser et qui connaît un très grand succès au niveau international. Le caractère éminemment personnel de cette application privilégie la proximité au client (i.e., la communication adressée), et les entreprises ont très rapidement saisi l'intérêt du nombre de visualisations par jour, ce qui se traduit par une augmentation considérable du CTR³⁶², paramètre très important dans le domaine du marketing relationnel. En outre, l'application *WhatsApp* est un outil très efficace pour les entreprises qui ont ainsi la possibilité d'envoyer de l'information segmentée (e.g., groupes de clients, de fournisseurs, de partenaires) voire de constituer des groupes de travail ou de consultation au sein même de l'entreprise. Néanmoins, certains aspects techniques doivent être impérativement respectés, comme la confidentialité et la sécurité des utilisateurs (Loi Informatique et

³⁵⁹ Interview d'Anne-Gabrielle Dauba-Pantanacce, directrice de la Communication de la société Google France. Cité par Hervé Monier. Informations disponibles à l'adresse <https://brandnewsblog.com/tag/pierre-auberger/> (Date de consultation : 30/09/2017).

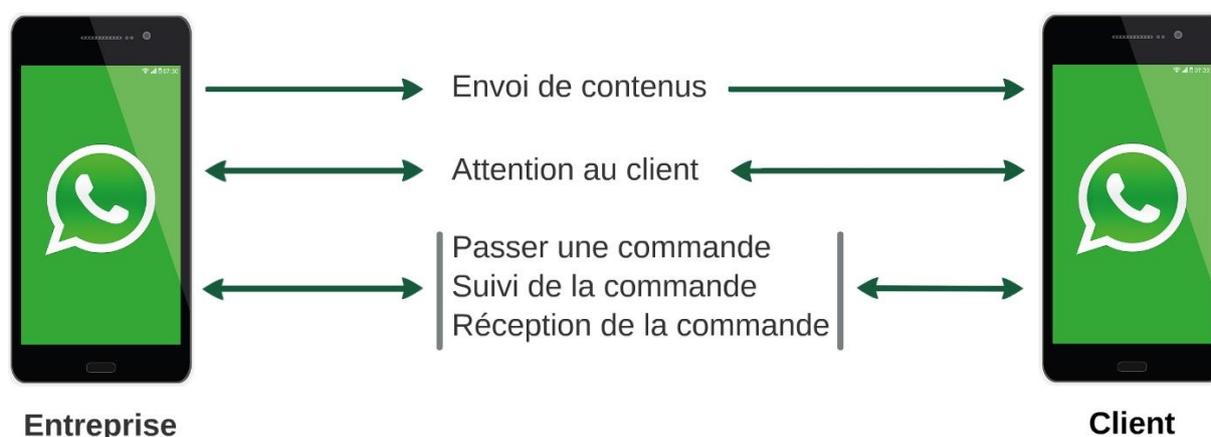
³⁶⁰ Il nous semble pertinent de faire référence aux « recommandations pour designers » faites par Nielsen et ali.. (2001) dans la mesure où ils proposent une liste de 33 critères en vue de créer un lien de confiance entre entreprise et client sur les RSV (<https://www.nngroup.com/reports/ecommerce-user-experience/>). Cité en Múgica (2015 : 112-113).

³⁶¹ Exemples d'utilisation commerciale de l'application *WhatsApp* : « Bocadillos por *WhatsApp* » Disponible à l'adresse <http://www.ideal.es/jaen/v/20130128/jaen/bocadillos-whatsapp-20130128.html> (date de consultation : 30/09/2017) ; « Nagare, un comercio coqueto para personas coquetas ». Disponible à l'adresse <http://cibilbao.com/2014/05/30/nagare-un-comercio-coqueto-para-personas-coquetas/> (date de consultation : 30/09/2017). Par ailleurs, l'entreprise d'opticiens mexicaine Leco (<http://www.leco.mx/>) utilise l'application *WhatsApp* comme moyen de contact avec ses clients.

³⁶² *Click-Through Rate*, ou taux des clicks. C'est la valeur présentant la proportion d'internautes qui voient la publicité d'un annonceur et cliquent sur cette dernière. L'objectif du CTR est d'estimer les performances des mots clés choisis par l'annonceur ou de sa campagne publicitaire. Informations obtenues de l'adresse <http://www.journaldunet.com/> (date de consultation : 30/09/2017).

Libertés en France³⁶³ ou la *Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal*³⁶⁴ en Espagne) ainsi que les mentions légales de l'application *WhatsApp*³⁶⁵. Comme le signale Múgica (2015 : 60), lors d'une relation commerciale, l'application *WhatsApp* met en évidence l'importance de l'attitude proactive de l'utilisateur non seulement pour communiquer avec une entreprise par le biais de cette application mais aussi pour choisir le niveau de rattachement qu'il souhaite établir entre lui et l'entreprise en question. De ce fait, une fois passé le cap du premier contact, l'application *WhatsApp* peut devenir un continuum dans l'expérience de l'utilisateur (voir figure n° 34) : « les utilisateurs mettent en relation l'application *WhatsApp* avec une utilisation personnelle, intime et de confiance où ils connaissent la personne qui se trouve de l'autre côté de la ligne³⁶⁶ » (Múgica, 2015 : 62). Néanmoins, actuellement l'utilisateur semble préférer le téléphone ou le courrier électronique comme moyens pour communiquer avec les entreprises car l'application *WhatsApp* est associée à la sphère de l'intime, ce qui risque de provoquer une sensation d'intrusion chez l'utilisateur qui se traduira par son insatisfaction et le rejet de l'application par celui-ci³⁶⁷.

Figure n° 34. L'application *WhatsApp* dans l'expérience de l'utilisateur. Notre élaboration³⁶⁸.



³⁶³ Loi 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée, disponible à l'adresse <https://www.cnil.fr/fr/loi-78-17-du-6-janvier-1978-modifiee> (date de consultation : 30/09/2017).

³⁶⁴ Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal, disponible à l'adresse <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1999-23750> (date de consultation : 30/09/2017)

³⁶⁵ Disponibles à l'adresse <https://www.whatsapp.com/legal/?l=fr> (date de consultation : 30/09/2017).

³⁶⁶ Notre traduction. « [...] *Los usuarios relacionan la aplicación WhatsApp con un uso personal, íntimo y de confianza donde conocen a la persona que ocupa el otro lado de la línea* [...] ».

³⁶⁷ Múgica, *op.cit.*, p. 56.

³⁶⁸ (Images utilisées libres de droit. CC0 Public Domain, @Pixabay).

C'est dans ce contexte commercial visionnaire que la *start-up* espagnole *Wasify Solutions S.L.* a mis en place en octobre 2015 une application appelée *Wasify* grâce à laquelle toute entreprise souhaitant assurer son service client via *WhatsApp* dispose d'une interface *web* (i.e., tableau de bord disponible sur un ordinateur, *Mac*, *Ipad* ou tablette) qui va lui permettre de gérer ses communications à partir d'un seul numéro de téléphone. *Wasify* prend appui sur un système de *cloud* multi-agent permettant à plusieurs agents de répondre en même temps aux utilisateurs sur leur téléphone portable par le biais de l'application *WhatsApp* (Lermite, 2015 ; Merino, 2015) ; la communication adressée ainsi générée devient un fluide en mouvement qui non seulement va s'adapter aux différents dispositifs mais également va couler d'un canal à l'autre, ce qui se traduit par une communication liquide.

Fidèle à ses valeurs, la société *WhatsApp* n'a pas développé de modèle commercial depuis son acquisition par *Facebook Inc.* Toutefois, cette société a commencé à tester une application appelée *WhatsApp Small and Medium Business* qui permettrait aux entreprises de parler directement aux utilisateurs de l'application et d'envoyer des publicités ciblées (Ingram et Nellis, 2017 ; González, 2017). C'est ainsi que la société *WhatsApp* annonce sur son blog le 5 septembre 2017 le développement « de nouveaux outils via une application gratuite *WhatsApp Business* pour les petites entreprises ainsi qu'une solution pour les grandes entreprises opérant à large échelle avec une base de clients internationaux, telles que les compagnies aériennes, sites d'e-commerce et les banques³⁶⁹ », permettant de connecter les utilisateurs avec les entreprises qui comptent pour eux³⁷⁰ de façon rapide, fiable et sûre par l'intermédiaire d'un badge vert qui apparaîtra affiché sur les comptes vérifiés (*Corporate Business Verification*), ce qui va renfoncer la confiance entre client et entreprise (i.e., interopérabilité de la confiance interpersonnelle). De ce fait, leur complicité et intimité partagées seront fort probablement renforcées et mises en exergue, comme nous l'avons évoqué *supra* (Cf. chapitre 1.3.1.2) (voir figure n° 34, p. 189), mais il faudra mener des études empiriques à ce sujet dans un futur proche pour en avoir la confirmation.

³⁶⁹ Information disponible à l'adresse <https://blog.whatsapp.com/10000633/Créer-pour-les-gens-et-désormais-pour-les-entreprises?> (date de consultation : 30/09/2017).

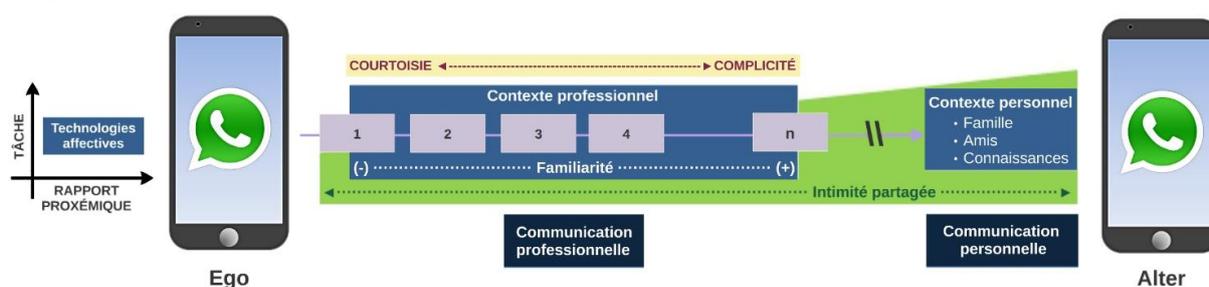
³⁷⁰ Information disponible à l'adresse <https://faq.whatsapp.com/fr/general/26000067> (date de consultation : 30/09/2017).

3.3.4.1 WhatsApp et la création de l'intimité dans un cadre professionnel

Comme nous l'avons signalé *supra*, WhatsApp est une application de messagerie instantanée entre personnes qui se connaissent déjà, ce qui entraîne de facto un contexte d'intimité partagée³⁷¹ à degré variable en fonction des rapports entretenus par les interlocuteurs / interactants (i.e., familiarité). Connaissance personnelle et familiarité définissent cette application WhatsApp comme un espace de l'intimité partagée.

Nous avons synthétisé les pratiques d'intimité qui ont lieu en contexte professionnel entre des interlocuteurs / interactants utilisant ce moyen de communication (voir figure n° 35).

Figura n° 35. L'application WhatsApp dans les pratiques de création de l'intimité. Notre élaboration.



Les tâches strictement professionnelles (chiffre 1, figure n° 35) sont caractérisées par la prédominance de la courtoisie des interlocuteurs / interactants (e.g., service client). Dans les rapports professionnels stables, dès que le focus d'intérêt se déplace de la tâche professionnelle vers son interlocuteur, le niveau de complicité entre interlocuteurs / interactants augmente au fur et à mesure (e.g., partage d'informations dans un cadre professionnel élargi ainsi que réseautage [chiffre 2, figure n° 35]; intérêt pour connaître davantage son interlocuteur / interactant [chiffre 3, figure n° 35]; partage d'informations extraprofessionnelles, et intérêt pour la vie privée de son interlocuteur / interactant [chiffre 4, figure n° 35]; d'autres tâches en dehors du strictement professionnel [lettre n, figure n° 35]). Par ailleurs, lorsqu'ils font allusion à leur vécu commun, que ce soit dans un cadre professionnel ou extraprofessionnel, la complicité sera explicite et la composante

³⁷¹ L'intimité partagée est la connaissance privilégiée et approfondie de l'autre de par la confiance établie avec lui (i.e., ce qui est intérieur et secret, ce qui est caché profondément dans quelqu'un comme les pensées et les désirs ardents) (Cf. chapitre 1.3, pp. 8-9)

affective sera mise en lumière dans le discours (i.e., alternance de contextes ; utilisation de formules stéréotypées et de l'humour ; niveau de langue familier ; atténuation des limites de la frontière entre le contexte professionnel et le contexte personnel).

3.3.5 Caractéristiques de l'écriture digitale sur l'application *WhatsApp*

Nous aborderons, dans un premier temps, l'écriture digitale qui intervient dans le cadre de la Communication Médinée par Ordinateur (CMO). Ensuite, nous analyserons les convergences et les divergences entre la conversation orale numérique et la conversation écrite numérique. Enfin, nous étudierons les caractéristiques de l'écriture idéophonématique sur l'application *WhatsApp*.

3.3.5.1 L'écriture digitale et la CMO

L'irruption des TIC et de l'Internet dans nos sociétés a eu pour conséquence un mouvement tectonique des pratiques lettrées des individus. En effet, les TIC ont favorisé l'émergence de nouveaux genres discursifs dans une série de contextes informels, interactifs, spontanés et de faible planification (e.g., le chat, les forums, les courriers électroniques et les messages instantanés de téléphone portable) qui peuvent être enregistrés, transférés et diffusés sur Internet à d'autres internautes (Cassany, 2015 : 13), provoquant une nouvelle forme d'écriture :

« [...] Avec l'arrivée de l'Internet et la multiplication et diffusion de ces formes d'écriture [...] prend fin le monopole du standard écrit, qui a dominé la communication écrite publique presque sans discussion depuis la normativisation des différentes variétés dialectales de chaque langue et depuis la vulgarisation de l'imprimante. Il n'y a jamais eu auparavant autant d'écriture publique non standard, à tel point qu'elle s'est "normalisée" ou devenue habituelle³⁷² [...] ». (Cassany, 2015 : 23).

Quant aux pratiques de lecture, l'impact des TIC et de l'Internet est inégal. En effet, reprenant le parallèle évoqué par Cassany (2013b : 36-38), il ne faut pas

³⁷² Notre traduction. « [...] *Con la llegada de internet y la multiplicación y difusión de estas formas de escritura [...] se acaba el monopolio del estándar escrito, que ha dominado casi sin discusión la comunicación escrita pública desde la normativización de las diversas variedades dialectales de cada idioma y desde la popularización de la imprenta. Nunca antes había habido tanta escritura pública no estándar, hasta el punto de que se "normaliza" o se convierte en algo corriente [...]* ».

confondre le vin avec ses bouteilles ; l'arrivée de l'Internet n'a pas eu le même effet sur les différentes pratiques de lecture ou sur les différents produits écrits et les différentes situations de lecture (e.g., littérature commerciale, d'élite, académique ou fanfiction).

Les TIC ont offert une possibilité de réaction communicative presque instantanée où l'interaction avoisine le temps réel³⁷³. Le caractère immédiat et dialogique des messages requiert que les stratégies de communication saisissent toute la capacité expressive du langage verbal et non verbal afin d'appuyer l'intention du sujet de l'énonciation de sorte que le destinataire interprète le message (Martín, 2016 : 116). Avec l'avènement des TIC, la frontière entre l'oral et l'écrit va s'estomper progressivement.

Les études sur l'influence des TIC sur le discours remontent à la fin des années 80 du siècle dernier, moment où débutent les premières études sur la *Computer-Mediated Communication* (ou Communication Médiée par Ordinateur en français) (Herring, 1996). La Communication Médiée par Ordinateur (CMO) désigne toute forme de communication écrite effectuée entre deux ou plusieurs personnes par l'intermédiaire des *machines à communiquer* numériques (Cf. chapitre 3.1). La CMO a donc pour objet l'analyse de toutes les interactions qui ont lieu par le biais de l'ordinateur, que ce soit des interactions synchrones ou asynchrones. Pour les linguistes, l'analyse du discours dans le cadre de la CMO fera l'objet de nombreuses études. Comme le signale Hadi-Denoueix (2014 : 64), dès la fin des années 90 la recherche francophone s'intéresse à la CMO, notamment dans les domaines de l'analyse du discours et de l'analyse interactionnelle. Quant à la recherche hispanique, comme le signalent Pano et Moya (2016 : 3-4), dès l'année 2000 les centres d'intérêts porteront sur les rapports entre l'oralité et l'écriture des messages ; le caractère synchrone ou asynchrone des machines et l'incidence de ce critère sur l'interaction communicative ; la construction de l'identité et de l'image sociale sur ces

³⁷³ López Quero (2013 : 79) parle depuis 2003 de caractère synchronique faible en raison du temps nécessaire à la codification du message écrit.

canaux de communication ; l'émergence de nouveaux genres³⁷⁴ discursifs sur le Web et, enfin, les phénomènes pragmatiques comme la politesse ou l'ironie verbale.

Panckhurst (1997 : 56) affirme que l'utilisation de la machine modifie notre discours et ainsi notre façon de communiquer avec autrui ; elle devient un médiateur dans la communication interpersonnelle produisant un nouveau genre de discours qu'elle appelle « Discours Électronique Médié » (DEM), intégré dans le cadre plus global de la CMO (Panckhurst, 2006 : 345). De son côté, López Alonso (2014) utilise l'appellation de genres cyberconversationnels pour faire référence aux pratiques discursives propres aux TIC (e.g., courrier électronique, messagerie instantanée sur téléphone portable, SMS, IRC (*Internet Relay Chat*), chats, forums et RSV).

Vázquez et ali. (2015 : 85) expliquent que le concept même d'écriture numérique est polyédrique eu égard aux multiples situations et dispositifs dans lesquels elle se matérialise ainsi qu'aux multiples contextes numériques à caractère personnel, académique et professionnel dans lesquels le citoyen doit se débrouiller. Les études menées dans le cadre de la *communication homme / machine*³⁷⁵ font référence à l'altération de la nature orthographique normalisée dans les productions des genres discursifs propres aux TIC. Comme le signale Cassany (2016 : 42) :

« [...] Actuellement sont habituels les messages brefs qui comportent une réduction orthographique (*WhatsApp, Facebook, SMS*) [...] Nombreux sont les enseignants —et les non enseignants— qui considèrent que cette écriture est pernicieuse pour l'apprentissage, pour le développement cognitif, voire pour la persistance de la langue. Mais il n'y a pas de données scientifiques le justifiant ; les études sérieuses démontrent qu'il n'y a pas de rapport entre la pratique de cette écriture et les difficultés pour écrire correctement. Bien au contraire, ces formes d'écriture vernaculaire sont des situations authentiques d'interaction immédiate où les jeunes peuvent apprendre un type particulier de communication informelle. Il faut traiter cette variation écrite avec la même normalité que nous traitons d'autres variations linguistiques courantes, comme la parole : parler en privé, de façon dialectale, même vulgaire c'est une chose, et le faire en public avec un

³⁷⁴ Le terme « genre » apparaît dans les années 90 du siècle dernier grâce aux travaux de Swales (1990) et Bathia (1993). Shephred et Watters (1998) évoquent la notion de cybergenre dans leurs travaux pour faire référence aux nouveaux genres qui apparaissent sur l'Internet, caractérisés par un changement constant. Dans la littérature scientifique hispanique, López Alonso et Séré (2003a) parlent de « genres électroniques » et de « textes électroniques », Bellés (2003) parle de « genres émergents » et Bolaños (2003, 2004) parle de « genres numériques ». Cité par Sanz (2006, 175-176).

³⁷⁵ López Alonso, (2003b :109).

registre plus formel c'en est une autre, et habituellement il n'y a aucun problème pour passer d'un registre à l'autre³⁷⁶ [...] ».

Les études menées en France par Bernicot et ali. (2012) auprès d'un groupe de collégiens de l'Académie de Poitiers montrent que la pratique des SMS n'a pas d'influence sur l'orthographe des adolescents, et c'est leur niveau en orthographe qui détermine le type de fautes présent dans les SMS³⁷⁷. Toutefois, l'oral familier va se manifester dans l'écrit au point de constituer un discours hybride, écrit quant au canal et oral quant à sa réalisation (Briz, 2014 : 77).

3.3.5.2 La conversation orale numérique et la conversation écrite numérique

Vigara (2007 : 16) fait allusion dans ses travaux au clivage existant entre le mode écrit et le mode oral (voir figure n° 36, p. 196) :

« [...] Nous savons que le mode oral (de production-transmission-réception) intervient nécessairement dans le temps et ce mode est dirigé par la "logique du temps", avec ses possibilités et ses contraintes [...] Et cela a des conséquences aussi bien dans la réalisation verbale (lors de la création de signification) que dans la réception (lors de la réalisation du sens). Parmi ses possibilités, celle de bénéficier du paralangage (ton, timbre, intonation, rapidité de l'élocution, intensité...), les données complémentaires des gestes, des mouvements, l'utilisation de la distance, etc., et tout ce que peuvent capter les sens pendant le processus de communication. En revanche, le mode écrit se manifeste surtout dans l'espace, son caractère linéaire n'est pas discursif mais spatial.

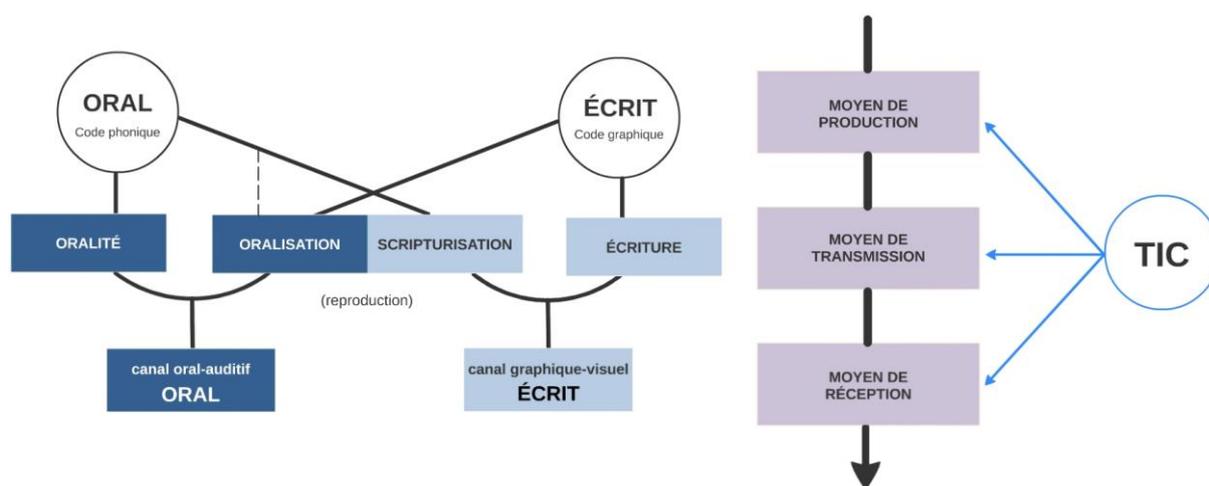
³⁷⁶ Notre traduction. « [...] *Hoy son corrientes los mensajes breves* (WhatsApp, Facebook, SMS) con reducción ortográfica [...] Muchos docentes –y no docentes– consideran que esta escritura es perniciosa para el aprendizaje, el desarrollo cognitivo o incluso la pervivencia de la lengua. Pero no hay datos científicos que lo fundamenten; los estudios serios demuestran que no hay relación entre la práctica de esta escritura y las dificultades para escribir correctamente; al contrario, estas formas de escritura vernácula son situaciones auténticas de interacción inmediata, en la que los jóvenes pueden aprender un tipo particular de comunicación informal. Hay que tratar esta variación escrita con la normalidad con que tratamos otras variaciones lingüísticas corrientes, como el habla: una cosa es hablar en privado, de forma dialectal e incluso vulgar, y otra hacerlo en público, con un registro más formal, y no suele haber ningún problema por saltar de un registro a otro [...] ».

³⁷⁷ « [...] en début de pratique des SMS, c'est le niveau en orthographe traditionnelle qui détermine la forme des SMS envoyés, et non pas les SMS qui influencent négativement l'orthographe traditionnelle. Lorsque la pratique des SMS est installée (au bout d'un an), il n'existe aucun lien entre le niveau en orthographe traditionnelle et la forme des SMS. Le seul lien qui existe entre le niveau en orthographe et la densité de « textismes » [*nombre de changements dans la forme orthographique d'un mot par rapport à l'écrit traditionnel, divisé par le nombre total de mots du SMS*] concerne ceux en rupture avec le code traditionnel [...] au premier trimestre de pratique des SMS. Contrairement aux craintes souvent exprimées, ce sont les bons élèves en orthographe qui font beaucoup de « textismes » en rupture avec le code traditionnel et les moins bons qui en font le moins. Cette étude montre que l'écrit traditionnel et l'écrit SMS dépendent des mêmes capacités cognitives symboliques. Elle permet aussi de conclure que les SMS ne sont pas une menace pour le niveau en orthographe à l'école, mais une occasion nouvelle et supplémentaire de pratiquer l'écrit [...] ». (Bernicot, 2014).

L'intensité de la perception et la simultanéité de significations/sens ne peuvent pas être réalisés de la même façon de dans la communication orale³⁷⁸ [...] ».

À l'image de Briz (1998, 2001), Vigara signale quatre modalités principales d'actualisation verbale des messages (i.e., production – transmission – réception) : registre oral parlé ; registre oralisé (transmission orale, production écrite) ; registre écrit proprement dit et, enfin, registre scripturisé (transmission écrite, production orale)³⁷⁹.

Figure n° 36. L'oralité / l'oralisation / le scripturisation / l'écriture. Source : Vigara (2007 : 56).



Les *machines à communiquer* dépendantes de l'Internet ont favorisé l'émergence d'une nouvelle dimension de la communication (Alcántara, 2014 : 216). En effet, grâce à ces machines il est désormais habituel de *parler par écrit*, voire *d'écouter par écrit*. L'oralité imprègne l'écrit ; la communication est devenue une expérience sensorielle synesthésique³⁸⁰. La frontière existante entre l'oral et l'écrit

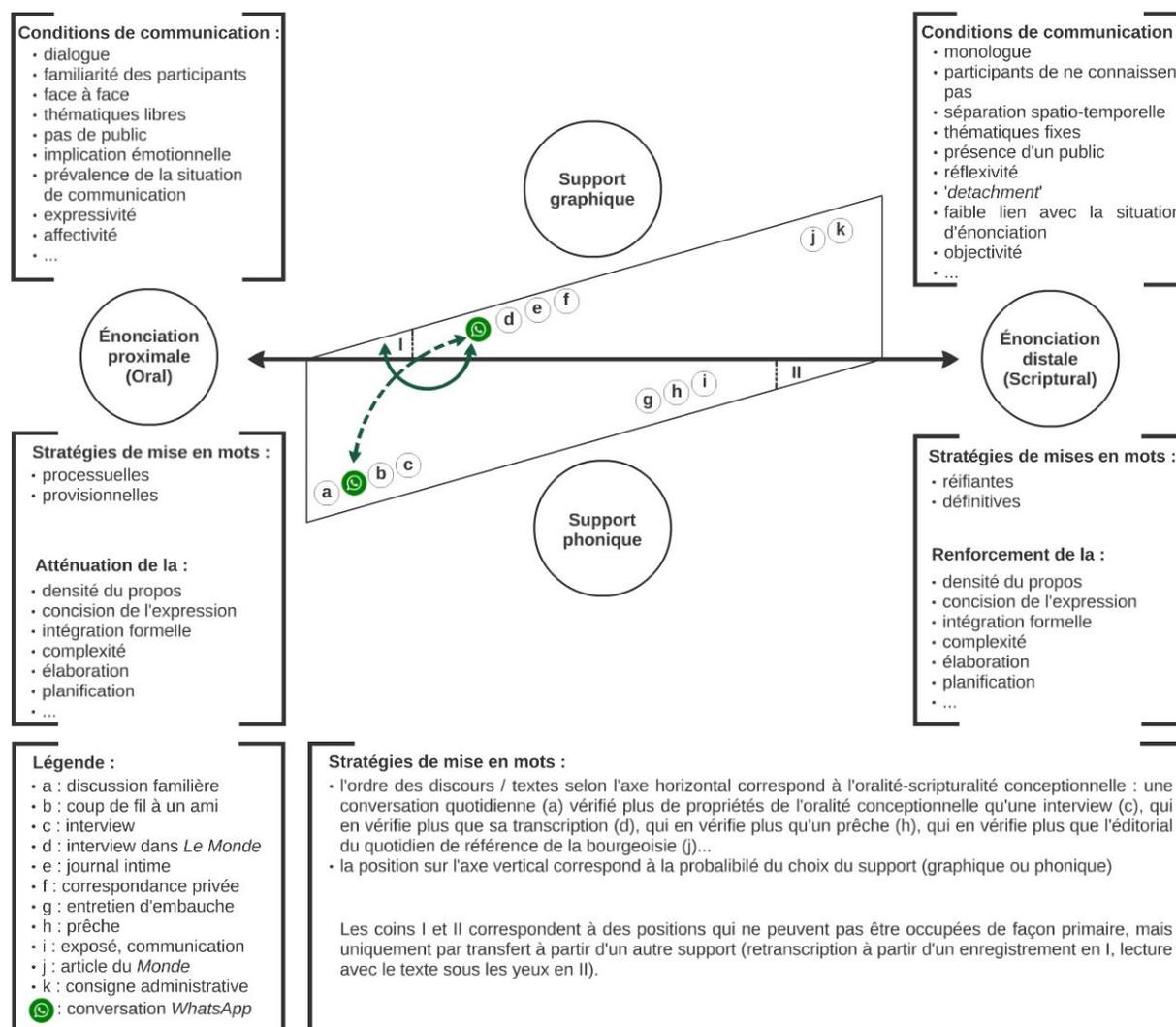
³⁷⁸ Notre traduction. « [...] Sabemos que el modo oral (de producción-transmisión-recepción) ocurre necesariamente en el tiempo y se rige por la "lógica del tiempo", con sus posibilidades y sus restricciones [...] Y esto tiene consecuencias tanto en la realización verbal (en la creación de significado) como en su recepción (en la realización del sentido). Entre sus posibilidades, la de aprovecharse del paralenguaje (tono, timbre, entonación, rapidez de la elocución, intensidad...), los datos complementarios de gestos, movimientos, uso de la distancia, etc., y todo lo que puedan captar los sentidos durante el proceso comunicativo. El modo escrito, en cambio, se manifiesta sobre todo en el espacio, su linealidad es, más que discursiva, espacial. La instantaneidad de la percepción y la simultaneidad de significados/sentidos no pueden realizarse del mismo modo que en la comunicación oral [...] ».

³⁷⁹ Vigara, *op.cit.*, p. 49.

³⁸⁰ Une expérience sensorielle devient synesthésique lorsqu'un stimulus d'une modalité sensorielle (e.g., une note musicale) active une sensation qui correspond à une autre modalité sensorielle (e.g., l'odorat).

s'estompe progressivement grâce au rythme frénétique de l'avancée technologique et, de ce fait, parler et écrire deviennent deux « catégories continues » (Fiore, 2016 : 100).

Figure n° 37. Continuum proximité – distance (Koch & Oesterreicher³⁸¹, 1985). Notre élaboration.



Comme l'indique Gadet (2007 : 1), il n'y a décidément pas de symétrie entre oral et écrit, oralité et scripturalité. Briz (2014 : 80-81) explique que la synchronicité et la nature familière de la communication caractérisent les genres électroniques, ce qui l'amène à proposer une échelle de variation situationnelle comportant au moins

³⁸¹ Figure représentée dans Modicom (*op.cit.*, p. 13) que nous avons adaptée pour la conversation menée sur l'application *WhatsApp*. (Cf. note n° 358, p. 186 pour comprendre la position sur l'axe vertical de la figure). (Images utilisées libres de droit. CC0 Public Domain, @Pixabay).

quatre réalisations discursives (i.e., familier³⁸² oral, familier écrit, formel oral et formel écrit). De ce fait, une conversation peut avoir lieu dans plusieurs registres (López Quero, 2017 : 3) dans la mesure où l'énonciation distale et l'énonciation proximale sont deux pôles d'attraction entre lesquels il est possible de dérouler un continuum³⁸³ de positions : « plus une énonciation satisfait les critères de l'oralité conceptionnelle, plus elle est susceptible d'être réalisée sur un support phonémique ; plus elle s'approche du pôle "scriptural", plus elle est susceptible d'être réalisée par écrit » (Modicom, 2015 : 4) (voir figure n° 37, p. 197).

Ce continuum permet de justifier le sens en espagnol du terme *escrihablar*, un néologisme récent qui met en exergue le fait d'écrire comme l'on parle, un langage qui réunit toutes les caractéristiques des langues orale et écrite (Pérez et Zulaika, 2014 : 119-120) : certes, on rédige un courrier électronique ou un SMS, mais parle-t-on sur un chat ou sur *WhatsApp* ? Pour Alcántara (2014 : 218-219) et Perlado et Rubio (2015 : 85) *WhatsApp* n'est pas seulement un moyen de communication interpersonnelle ; parler sur *WhatsApp* est devenu une façon de communiquer³⁸⁴.

Compte tenu du fait que l'application informatique *WhatsApp* permet de mener une interaction orale par téléphone ou par visioconférence, Yus (2017 : 19-20) s'interroge sur les raisons qui motivent les utilisateurs de l'application *WhatsApp* à préférer les interactions textuelles (avec les contraintes pour la communication qu'elles véhiculent ainsi que les problèmes liés à la contextualisation de l'énoncé). L'auteur explique que les caractéristiques des différentes interfaces utilisées pour communiquer sur l'Internet (e.g., chat, Messenger, courrier électronique, etc.) ont des répercussions sur la quantité et la qualité d'informations contextuelles accessibles par les utilisateurs aussi bien que sur l'effort mental consacré à l'interprétation et sur le choix même d'une interprétation. Il affirme également que les

³⁸² Briz (2001 : 46) affirme que la langue familière répond à une utilisation socialement acceptée de la langue dans des situations quotidiennes de communication ; cette utilisation n'est pas liée à un niveau de langue déterminé où les formes vulgaires et dialectales apparaissent en fonction des caractéristiques des usagers.

³⁸³ Également évoqué par Briz (2001 : 19-24).

³⁸⁴ Nous allons développer cet aspect au chapitre 3.3.5.3. En outre, d'autres applications de messagerie instantanée connaissent actuellement beaucoup de succès, (eg., *Facebook messenger*, *WeChat* (en Asie), *Skype*, *Google Hangouts*, *Viber*, *Line*, *Telegram*, *Peach*, *BBM* (pour Blackberry), *Kiki Messenger*, *KakaoTalk*, *imessage*, *Tango*, *ooVoo*, *Nimbuzz*, *Fring*, *Upptalk* (Yuilop), *Facetime*, *Heytell*, *Voxer*, *Yo*, etc.).

« qualités matérielles » des interfaces sont susceptibles d'être étiquetées³⁸⁵ et ont un impact sur l'équilibre inféré des effets cognitifs ainsi que sur l'effort mental dans l'interprétation de la recherche de la pertinence des messages. Au lieu de préférer l'appel téléphonique ou l'appel vidéo³⁸⁶ (beaucoup plus simples à utiliser et comportant plus d'options pour la contextualisation des informations que l'interaction textuelle) les utilisateurs préfèrent l'interaction textuelle puisque ces formes limitées de communication dépendantes de l'Internet vont générer des satisfactions sous forme d'effets non-propositionnels qui vont compenser les efforts fournis pour l'élaboration du message.

Lasén (*op.cit.*, p. 3) et Haroche (2004 : 153) font référence aux travaux de Simmel pour expliquer que le regard dans les yeux implique des obligations³⁸⁷. Par ailleurs, Haroche met en exergue la question des sens comme l'un des apports cruciaux de Simmel puisque « ce sont les sens, dans le rapport à l'autre tout autant que dans le rapport à soi, et au-delà dans le rapport à la connaissance, qui permettent l'élaboration, la construction du sens : c'est une relation sensorielle qui est au fondement d'une relation sociologique et psychologique ». Martín Gascueña (2016 : 110) évoque également un critère supplémentaire qui apparaît lors de la réflexion sur la modalité de la langue qui sera utilisée sur ce genre discursif : la confiance ou la méfiance des interlocuteurs.

Dans le cadre de la CMO, ce type de discours écrit hybride a suscité l'intérêt de nombreux linguistes. Leurs recherches ont mis à jour plusieurs appellations pour l'identifier, comme témoignent les travaux de Bucio³⁸⁸ (2017 : 3) et Hadi-Denoueix³⁸⁹ (2014 : 76-77).

³⁸⁵ De ce fait, elles peuvent être représentées sur le continuum proximité – distance de la figure n° 9.

³⁸⁶ Gallego (2016 : 2) fait la distinction entre un canal de communication « chaud » (e.g., appels téléphoniques et appels vidéo) et un canal de communication « froid » (e.g., messages de texto ou images).

³⁸⁷ Le choix du recours au texte écrit neutralise l'obligation implicite du regard dans les yeux ainsi que l'obligation de répondre au téléphone dès que quelqu'un nous appelle. (Lasén, 2006 : 5).

³⁸⁸ « [...] *text-based orality* (December, 1993), *netwriting* (Elmer-Dewitt, 1994), *written speech* (Elmer-Dewitt citando a Gerard Van Der Leun, 1994), *writing "conversations"* (Young, 1994), *hablado escrito* (Oesterreicher, 1996) *texto escrito oralizado*, *ciberhabla* (Yus, 2001 y 2011), *hablar con el teclado* (Levis, 2006), *netspeak* (Crystal, 2006 y 2011), *escritura ideofonemática* (Cassany, 2011 citando a Torres i Viltarsana), *palabra electrónica* (Cortés Hernández, 2014), *discurso digital* (Cantamutto, 2016), *hablar electrónicamente por escrito* (Briz, 2014) [...] ». Par ailleurs, Martín (2016 : 111) propose l'appellation d' « *escritura oralizada-iconizada* » ; il fait également référence aux travaux de Vázquez-Cano, Mengual-Andrés y Roig-Vila (2015), qui proposent l'appellation d' « *escritura digital* ».

Cassany (2013b : 36) explique que dans un contexte d'innovation technologique frénétique, la variété standard de la langue écrite comme variété publique d'écriture est confrontée à d'autres variétés d'écritures qui présentent des degrés divers de simplification, de normativisation et de formalité. En effet, les pratiques conversationnelles qui ont lieu sur l'Internet surgissent comme une écriture qui reprend cette hybridation avec des formes d'oralité ; il s'agit d'une communication écrite oralisée³⁹⁰, ce qui nous amène à parler d'écriture conversationnelle (Berlanga et García, 2014 : 133-134), très intensément développée depuis quelques années à partir de l'utilisation de systèmes de messagerie instantanée tels que l'application *WhatsApp* (Bucio, 2017 : 3-4).

La corporalité³⁹¹ est un paramètre à tenir en compte pour comprendre le continuum existant entre l'écrit et l'oral. En effet, la parole est un fait de nature qui fait de l'homme un être culturel, et l'acte naturel de la parole devient objet grâce à l'écriture³⁹². Cassany (2013a : 12) signale que le texte manuscrit possède une empreinte de la personne qui l'a rédigé, la calligraphie, qui est la manifestation d'une appropriation, la restitution corporelle de ce qui a été mémorisée. Le texte manuscrit est une prolongation de la personne, et le clavier neutralise cette manifestation :

³⁸⁹ *Electronic communication, computer conversation* (Murray, 1989) ; écrit oralisé (Debyser, 1989) ; *written interactive discourse* (Ferrara, Brunner & Whittemore, 1991) ; écrit d'écran (Souchier, 1996) ; écrit interactif et dialogique (Anis, 1998) ; pratiques cybercommunicationnelles (Mondada, 1999) ; texte électronique, discours électronique médié (Panckhurst, 1999) ; communication médiatisée par ordinateur (Manegot, 1999 ; Marcoccia, 2000) ; discours médiatisé d'ordinateur (DMO) (Perozak, 2000 ; Gaudecheau & Marcoccia, 2007) ; texte sur écran d'ordinateur, vidéotexte (CECRL, 2001) ; communication écrite scripturale (Anis, 2002) ; écrit / écriture hypertextuel(le) (Laudouar, 2003) ; discours d'Internet (Mourlhon-Dallies et ali., 2004) ; nouvelles formes de communication écrite (Véronis & Guimier de Neef, 2004) ; communication électronique (Anis, de Fornel & Franekel, 2004) ; écriture en ligne (Mounier, 2006) ; écriture collective, coopérative, collaborative (Guité, 2007) ; écriture à plusieurs mains (Springer & Koenig- Wiśniewska, 2007) ; discours internet, écrit internet (Springer, 2009) ; écriture numérique (Marcoccia, 2012) ; activité technoscripturale (Paveau, 2013).

³⁹⁰ Yus (2001 : 89) ; (2011 : 19).

³⁹¹ Nous avons signalé au chapitre 3.2. que le téléphone intelligent est devenu un nouveau métamédia verbovisuel qui fait de l'expérience métamédiatique une expérience synesthésique³⁹¹. (Márquez, 2017 : 61-71).

³⁹² « [...] les langues sont faites pour être parlées, l'écriture ne sert que de supplément à la parole. La parole représente la pensée par des signes conventionnels, et l'écriture représente de même la parole. Ainsi, l'art d'écrire n'est qu'une représentation médiée de la pensée [...] ». Jean-Jacques Rousseau, fragment *Prononciation*, in *Essai sur l'origine des langues où il est parlé de la mélodie et de l'intonation musicale*, édition critique, avertissement et notes par Charles Porset, Paris, A.-G. Nizet 1992, p 217, cit. in DERRIDA, Jacques (1967) : *De la Grammatologie*, Les éditions de Minuit, Collection « Critique », France (p. 207).

« [...] L'écriture n'est pas la parole [...] mais elle n'est pas non plus l'écrit, la transcription ; écrire n'est pas transcrire. Dans l'écriture, ce qui est présent dans la parole (d'une façon hystérique) est *trop* absent de la transcription (d'une façon castratrice), à savoir le corps, revient, mais selon une voie indirecte, mesurée, et pour tout dire, juste, musicale, par la jouissance, et non par l'imaginaire (l'image). C'est au fond ce voyage du corps (du sujet) à travers le langage, que nos trois pratiques (parole, écrit, écriture) modulent, chacune à sa façon : voyage difficile, retours, varié, auquel le développement de la radiodiffusion, c'est-à-dire d'une parole à la fois originelle et transcriptible, éphémère et mémorable, donne aujourd'hui un intérêt saisissant [...] la parole, l'écrit et l'écriture engagent chaque fois un sujet séparé, et le lecteur, l'auditeur doivent suivre ce sujet divisé, différent selon qui parle, transcrit ou énonce » (Barthes, 1981 : 12-13).

Fiore (2016 : 100) évoque également le rôle prépondérant de la corporalité dans la communication interpersonnelle pour mettre en relief l'importance cruciale de la communication non verbale :

« [...] c'est de notre responsabilité de continuer de percevoir et de faire percevoir que la différence qualitative entre parler et écrire ne se réduit pas à ce que la parole, comme le tonnerre, est entendue, et que l'écriture, comme l'éclair, est vue [...] mais qu'il existe une différence qualitative radicale qui les rend inassimilables : cette différence est que la parole met le corps au centre de la scène puisqu'il existe le silence, le regard, l'intonation, les gestes, les expressions faciales et la distance corporelle, faisant tous partie d'un code culturel qui n'est pas universel, la communication non verbale : celle capable d'envelopper la parole d'imperceptibles détails inutiles qui ne font que signifier que la communication corps à corps est réelle³⁹³ [...] ».

L'avènement de l'imprimerie eut pour conséquence principale la prépondérance de l'écrit, l'oralité étant restée dans un arrière-plan séculaire. En effet, cette *machine à communiquer* analogique a déterminé notre façon de regarder le monde et de catégoriser les choses, mais l'irruption des *machines à communiquer* dépendantes de l'Internet a permis à l'oralité de sortir de cet arrière-plan³⁹⁴ :

³⁹³ Notre traduction. « [...] *es nuestra responsabilidad seguir percibiendo y hacer percibir que la diferencia cualitativa entre hablar y escribir no se resume en que el habla, como el trueno, se escucha, y la escritura, como el relámpago, se ve [...] el habla pone en el centro de la escena al cuerpo, porque existe el silencio, la mirada, la entonación, los gestos corporales, las expresiones faciales y la distancia corporal, todos ellos son parte de un código cultural, no universal, que es la comunicación no verbal: aquella capaz de envolver la palabra de imperceptibles detalles "inútiles" que no hacen más que significar que la comunicación cuerpo a cuerpo es real [...] ».*

³⁹⁴ Sujet développé par Thomas Pettitt dans la théorie qu'il a appelée « parenthèse Gutenberg ». http://www.academia.edu/2946207/Before_the_Gutenberg_Parenthesis_Elizabetan-American_Compatibilities et <http://www.niemanlab.org/2010/04/the-gutenberg-parenthesis-thomas->

« [...] Avec l'arrivée du *Web 2.0* plusieurs outils pour manipuler l'audio et la vidéo nous sont également parvenus. Plusieurs téléphones intelligents permettent actuellement d'enregistrer une conversation ou une courte cérémonie et de les télécharger directement sur le réseau pour les partager avec d'autres internautes intéressés. Cela a permis à la littérature de récupérer de nombreuses formes d'oralité qui avaient été populaires avant l'invention de l'imprimerie mais qui ont perdu de la vigueur ou de la présence lors du royaume de ladite galaxie du livre. Avec cette appellation de "parenthèse Gutenberg" plusieurs auteurs font précisément référence à ce fait [...] Bien évidemment, il s'agit d'une oralité élaborée ou secondaire qui cache notre planification derrière sa spontanéité apparente³⁹⁵ [...] ». (Cassany, 2013b : 40-41).

Cette récupération de l'oralité par l'écrit évoquée par Cassany met en évidence l'importance de la communication non-verbale dans le processus social constant de la communication, processus qui comporte plusieurs modes de comportement significatifs pourvu qu'ils soient rapportés dans le contexte de l'interaction³⁹⁶. Les *machines à communiquer* dépendantes de l'Internet ont amplifié l'importance de l'écrit vernaculaire ; ces machines vont permettre à l'utilisateur de faire usage d'une série de ressources typographiques et visuelles en vue de rendre explicite des significations émotionnelles sur une conversation écrite (Cassany, 2015 : 17-21). C'est ainsi que l'utilisateur prendra appui sur des éléments iconiques afin d'émuler les traits proxémiques, kinésiques et prosodiques qui caractérisent les interventions des interlocuteurs dans une conversation orale présenteielle (Martín Gascuña, 2016 : 115). Nous allons retenir ici les recherches menées par Briz et ali., (2003 : 13-74) sur la conversation dans un registre familial (voir figure n° 38, p. 203). En effet, pour les chercheurs du groupe Val.Es.Co, ce type de conversation est articulé sur deux niveaux : un niveau dialogique et un niveau monologique. Elle est également articulée sur trois dimensions : une dimension d'ordre structurel interne qui rend compte de la façon à partir de laquelle les regroupements des éléments

pettitt-on-parallels-between-the-pre-print-era-and-our-own-internet-age/ (Date de consultation : 30/09/2017).

³⁹⁵ Notre traduction. « [...] *Con la web2.0 han llegado también a nosotros muchas herramientas para manipular el audio y el vídeo. Hoy muchos teléfonos inteligentes permiten grabar una conversación o una breve ceremonia y colgarlos directamente en la red para compartirlos con otros internautas interesados. Ello ha permitido que la literatura recupere muchas formas de oralidad que habían sido populares antes de la invención de la imprenta, pero que perdieron fuerza o presencia durante el reinado de la llamada galaxia del libro. Con esta denominación del 'paréntesis de Gutenberg' varios autores se refieren precisamente a este hecho [...] Por supuesto, se trata de una oralidad elaborada o secundaria, que esconde mucha planificación detrás de su aparente espontaneidad [...]* ». (Cassany, 2013b : 40-41).

³⁹⁶ Winkin (1981 : 24), cité par Hadi-Denoueix (2016 : 99).

constitutifs successifs vont construire un message ; puis une dimension d'ordre social externe qui rend compte de l'influence exercée par les participants sur la structure résultante ; enfin, une dimension d'ordre informatif qui rend compte de comment est divisé le message du point de vue informatif.

Figure n° 38. Niveaux et dimensions conversationnels. Briz et ali., (2003 : 13-14).

NIVEAU	DIMENSIONS			
	STRUCTUREL		SOCIAL	INFORMATIF
Dialogique	Dialogue	Échange	Alternance des tours	
Monologique	Intervention	Acte	Tour	Sous-acte

Nous retiendrons également les travaux de López Quero (2017 : 25-26) au sujet des conversations numériques orale et écrite dont nous avons synthétisé leurs ressemblances et leurs différences du point de vue extratextuel, paratextuel et intratextuel (voir figure n° 39, pp. 204-206).

Figure n° 39. La conversation écrite et la conversation orale. López Quero (2017 : 25-29).

CONVERSATION ÉCRITE vs CONVERSATION ORALE
RESSEMBLANCES
<p>A. Éléments extratextuels</p> <p>1. Dans les deux discours, la fonction communicative de la langue prévaut notamment sur l'usage normatif des aspects formels de la langue :</p> <p>1.1. Rapport interactif entre l'émetteur et le destinataire sur une large gamme de cadres sémantiques prototypiques ;</p> <p>1.2. Dans la conversation orale ainsi que dans les chats, le courrier électronique et les SMS, l'attention discursive est centrée sur l'émetteur, le destinataire ou l'énoncé. Par contre, sur les forums pour le débat, l'attention est centrée sur l'argumentation discursive de l'énoncé.</p>
<p>B. Éléments paratextuels</p> <p>1. Création collective du discours avec des degrés divers de complexité ;</p> <p>2. Ils présentent habituellement les mêmes parties : ouverture, noyau et fermeture ;</p> <p>3. Nature linéaire favorisée par la synchronie, à l'exception des discours asynchrones ;</p> <p>4. Des expressions conversationnelles d'ouverture ou de fermeture ; formules de politesse d'ouverture et de fermeture communes, bien que dans la conversation écrite des formules très expressives et spontanées soient parfois utilisées avec une intention clairement pragmatique : présence et disponibilité publique.</p> <p>5. Le changement de personne dans des tours de parole n'est pas contrôlé ni dirigé unilatéralement.</p>
<p>C. Éléments intratextuels</p> <p>1. Dynamisme ; manque de planification ; des actes illocutoires multiples et, enfin, du registre informel : davantage dans les groupes synchrones que dans les groupes asynchrones ;</p> <p>2. Utilisation d'intensificateurs ;</p> <p>3. Utilisation d'interjections et d'onomatopées, mais avec une créativité plus forte dans la conversation écrite ;</p> <p>4. Deixis situationnelle : plus nécessaire dans la conversation écrite que dans la conversation orale ;</p> <p>5. Topicalisations : des énoncés expressifs, mais davantage dans la conversation orale que dans la conversation écrite synchrone ;</p> <p>6. Caractère égocentré de la conversation orale et écrite, mais la répétition du « yo » devient plus nécessaire dans la conversation écrite que dans la conversation orale ;</p> <p>7. Utilisation affective du diminutif avec des degrés d'affectivité ;</p> <p>8. Ellipses et abréviation morphologique ;</p> <p>9. Accord improvisé ;</p> <p>10. Utilisations des marqueurs discursifs ;</p> <p>11. Expressions stéréotypées, mais certaines expressions sont caractéristiques de la conversation écrite ;</p> <p>12. Créations lexicales spontanées.</p>

CONVERSATION ÉCRITE vs CONVERSATION ORALE	
DIFFÉRENCES	
CONVERSATION ÉCRITE	CONVERSATION ORALE
1. ÉLÉMENTS EXTRATEXTUELS	
Information contextuelle non verbale déficiente	Information extralinguistique abondante
1. Caractère moins généralisé mais significatif ;	1. Caractère plus généralisé ;
2. Séparation spatio-temporelle entre l'émetteur et le destinataire ;	2. L'émetteur et le destinataire partagent la même circonstance spatio-temporelle ;
3. Connaissance personnelle peu probable, sauf SMS et <i>email</i> ;	3. Connaissance personnelle probable ;
4. Potentielle saturation de messages, surtout pour les SMS et <i>email</i> .	4. Aucune saturation des messages.
Caractère synchrone faible ou asynchrone	Caractère synchrone plein
1. Rythme plus lent : davantage dans les genres asynchrones que dans les genres synchrones ;	1. Rythme moins lent ;
2. Le destinataire réagit quand il voit l'énoncé à l'écran ;	2. La réaction du destinataire est instantanée ;
3. L'émetteur ignore l'impact de son énoncé lors de son écriture	3. L'émetteur est conscient de l'impact de son énoncé du moment où il commence à le prononcer ;
4. Les genres synchrones ont plus d'innovation linguistique que les genres asynchrones ;	4. Innovation linguistique totale ;
5. Plus de réflexion et moins de subjectivité (les genres synchrones ont plus de subjectivité que les genres asynchrones) ;	5. Plus de subjectivité et moins de réflexion ;
6. Les effets pragmatiques sont moins durables dans les genres synchrones que dans les genres asynchrones.	6. Des effets pragmatiques plus immédiats et directs.
2. ÉLÉMENTS PARATEXTUELS	
1. Code linguistique écrit et iconique ;	1. Code linguistique naturel (verbal, audif, gestuel et proxémique)
2. Le serveur contrôle les tours de parole ; succession rigide d'énoncés ;	2. Les usagers établissent les tours de parole : simultanéité lors de l'émission des énoncés ;
3. La prise du tour de parole est moins libre ; les messages sont linéairement transmis dans l'ordre où ils sont reçus par le serveur ;	3. Tour de parole plus libre ; les personnes qui parlent distribuent alternativement les tours de parole ;
4. La prise du tour de parole dépend de la vitesse dans la production des messages ;	4. La prise de tour de parole est soumise à la négociation et la coordination entre les personnes qui parlent ;
5. Toute intervention constitue un tour de parole ;	5. Toute intervention ne constitue pas un tour de parole nécessairement ; elle doit être reconnue et acceptée par l'interlocuteur ;
6. Chaque tour de parole ne suppose pas une intervention complète : l'émission d'un énoncé requiert parfois de 3 ou 4 tours de parole ;	6. Chaque intervention constitue un énoncé (comme c'est le cas dans l'écriture asynchrone) ;
7. Tours de parole moins longs ;	7. Tours de parole plus longs ;
8. Il n'y a pas de possibilité de chevauchement ni de tours de parole volés	8. Le tour de parole débute quand une personne commence à parler, et prend fin quand cette personne s'arrête de parler ;
9. Il n'est pas nécessaire d'indiquer aux interlocuteurs à quel moment nous allons céder notre tour et à quelle personne ;	9. La fin d'un tour de parole est faite à partir d'une série de recours verbaux et non verbaux ;
10. L'auteur du message s'identifie habituellement en utilisant un <i>nickname</i> , <i>nick</i> ou <i>pseudo</i> ;	10. L'identification n'a pas lieu ;
11. Les « conditions d'utilisation » ou « règles d'étiquette » (<i>netiquette</i>) sont caractéristiques, notamment sur les forums pour le débat et les chats ;	11. La « courtoisie positive » est très habituelle ;
12. Le caractère d'hypertexte (<i>links</i> ou <i>hyperliens</i>).	12. Absence d'hypertexte.

3 . ÉLÉMENTS INTRATEXTELS	
1. Des degrés d'oralité différents ; plus sur les chats et les SMS par rapport au courrier électronique ou au forum pour le débat ;	1. Oralité pleine ;
2. Innovation typographique ;	2. Voix ;
3. Morphèmes « -o » et « -a » pour exprimer le degré superlatif dans les adjectifs et les adverbes ;	3. Absence ;
4. Sons inarticulés ;	4. Interjections ;
5. Émoticônes ;	5. Absence ;
6. Utilisation de signes mathématiques.	6. Absence.

3.3.5.3 L'écriture idéophonématique de l'application WhatsApp. La conversation ouatsap

Dans le cadre de la CMO, la littérature scientifique distingue l'écriture utilisée pour les messages de texto de téléphonie (i.e., SMS) de l'écriture utilisée pour d'autres genres numériques sur internet, en particulier les chats, les forums et les blogs (e.g., *netspeak*³⁹⁷). Torres i Valatarsana (2003) s'intéressera à ce type d'écriture, qu'elle dénomme « écriture idéophonématique » :

« [...] La justification du terme réside dans le fait que, d'un côté, cette écriture émule la transcription phonétique avec les caractères du clavier [...] et, de l'autre côté, cette écriture joue avec les caractères numériques et mathématiques du clavier en leur attribuant des équivalences linguistiques³⁹⁸ [...] ». (Torres i Valartasana, 2003 : 80).

D'après les *Nouvelles Études de Littératie*³⁹⁹, les contextes d'utilisation de cette écriture idéophonématique ont la particularité d'être vernaculaires. En effet, comme le signale Torres i Valatarsana (2003 : 81), l'utilisateur fait le choix d'une écriture idéophonématique contraint par l'environnement technologique ainsi que par la situation de communication où il se trouve :

³⁹⁷ Crystal (2004 : 17-23).

³⁹⁸ Notre traduction. « [...] La justificació del terme es troba en el fet que aquesta escriptura, d'una banda, emula la transcripció fonètica amb els caràcters del teclat [...] i, de l'altra, juga amb els caràcters numèrics i matemàtics del teclat atribuint-los equivalències lingüístiques [...] ».

³⁹⁹ « Les *Nouvelles Études de Littératie* (NEL) constituent un courant théorique qui suit une approche de base de la lecture comme pratique sociale et en contexte que met en relief la dimension communautaire et le rôle que joue l'environnement » Information recueillie de l'adresse <http://dinle.usal.es/searchword.php?valor=Nuevos%20estudios%20de%20literacidad> (Date de consultation : 30/09/2017).

« [...] nous avons tous utilisé un code simplifié à un moment donné, lors de la prise de notes en cours, lorsque nous avons écrit le brouillon d'une lettre ou pour noter un rendez-vous sur notre agenda. La différence réside sur le fait que les notes, les brouillons et les agendas sont, en principe, des documents privés qui sont lus par la personne qui les a écrits seulement. Par contre, quand nous participons à un chat, le message de l'émetteur est public et susceptible d'être lu par plusieurs récepteurs. C'est pour cette raison que nous pouvons simplifier le code et être créatifs pourvu que nous ne dépassions pas les limites de la compréhension mutuelle entre les utilisateurs⁴⁰⁰ [...] ». (Torres i Valatarsana, 2003 : 81).

Cassany (2015 : 20-22) met en lien l'écriture idéophonématique avec la variété dialectale locale la plus marquée sur le plan de la parole. En effet, cette variété dialectale locale, qui présente ses propres caractéristiques phonétiques et lexicales, correspond à une façon de parler désinhibée, insouciant, spontanée et qui est parsemée d'erreurs, d'hésitations, d'autocorrections, d'indécisions et d'imperfections inhérentes aux situations personnelles et courantes de chaque individu. De même, dans une conversation écrite numérique, l'énonciateur peut s'éloigner de la norme⁴⁰¹ (e.g., SMS, *WhatsApp*) pour personnaliser sa façon d'écrire et ainsi donner à celle-ci une série de caractéristiques particulières et uniques puisque l'intérêt majeur de l'énonciateur est de communiquer de façon efficace et complice avec d'autres individus. Comme le signale Cassany :

« [...] L'étude de ce qui est vernaculaire et de l'écriture idéophonématique a de l'intérêt puisque : a) c'est une forme d'écriture libre que les personnes vont produire de leur propre chef ; b) ne répond pas à des normes, des impositions ou des obligations d'aucune institution ; c) génère des produits, des discours et des significations créatifs et

⁴⁰⁰ Notre traduction. « [...] *tots hem usat en algun a ocasió un codi simplificat a l'hora de prendre apunts a classe, quan hem escrit l'esberrany d'una carta o quan hem anotat una cita a l'agenda. La diferència està en el fet que els apunts, els esberranys i les agendas són documents privats que, en principi, només són llegits per qui els ha escrit; en canvi, quan participem en un xat, el missatge de l'emissor és públic i pot ser llegit per molts receptors. Per aquest motiu podem simplificar el codi i ser creatius sempre que no transgredim els marges de la intercomprensió entre els usuaris [...]* ».

⁴⁰¹ Comme le signale aussi Cassany (*ibid.*) l'écriture idéophonématique dépend de l'environnement technologique où se trouve l'énonciateur. Par exemple, les erreurs d'orthographe et de grammaire sur *Twitter* ne sont pas bien perçues (e.g., Enrique Sardà Valls, Consul d'Espagne aux États-Unis, a été révoqué de son poste le 1^{er} août 2017 en raison du message qu'il a publié sur l'application *Twitter* le 31 juillet 2017 dans lequel il écrivait textuellement ce message : « *Veranito tórrido. Hay q ver q. ozadia y mar gusto la de la susí. Mira q ponerse iguá q letirzia. Cm se ve ke n. sabe na de protocolo ella tan der pueblo y de izquierda. Nos ha eso quedar fatá a los andaluse. Dimicion ya* ». En effet, le caractère institutionnel de *Twitter*, l'impact des informations versées sur ce *microblogging* auprès de l'opinion publique ainsi que leur caractère viral sont souvent source de conflits. Informations disponibles à l'adresse : https://politica.elpais.com/politica/2017/08/01/actualidad/1501601752_767582.html (Date de consultation : 30/09/2017).

originaux, avec des significations nouvelles et pertinentes pour les utilisateurs, et d) ce sont des formes d'écriture apprises de façon autonome, en dehors de l'instruction formelle, à l'intérieur de communautés d'apprentissage⁴⁰² [...] ». (Cassany, *ibid.*).

La littérature scientifique a porté un intérêt particulier à l'écriture idéophonématique en espagnol. Nous retiendrons ici les recherches menées à cet égard par Cassany (2003, 2010, 2013a, 2013b, 2014, 2015, 2016) et Calero (2014). Afin de proposer un tableau récapitulatif avec les principales caractéristiques en espagnol péninsulaire de l'écrit numérique sur l'application *WhatsApp*, nous prendrons également en considération les recherches menées par Calsamiglia et Tusón (1999), Yus (2001), López Alonso (2003, 2014), Vigara (2007), Farías (2008), López Quero (2010, 2013, 2017), Holgado et Recio (2016), Abdelghaffar (2014), Briz (2014), Pérez et Zulaika (2014), Zagoricnik (2014), Alcántara (2014, 2017), Perlado et Rubio (2015), Vázquez-Cano et ali., (2015), Garzón (2016), Cremades et ali., (2016), Martín Gascueña (2016), Vaqueiro (2016) et Bucio (2017).

Nous avons synthétisé sous forme de tableau les caractéristiques de l'écriture idéophonématique sur l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* sur le plan intratextuel, extratextuel et paratextuel (voir figure n° 40, pp. 208-209).

⁴⁰² Notre traduction. « [...] *el estudio de lo vernáculo y de la escritura ideofonemática tiene interés porque: a) es una forma de escritura libre, que producen las personas por voluntad propia; b) no responde a normas, imposiciones u obligaciones de ninguna institución; c) genera productos, discursos y significados creativos y originales, con significados nuevos y relevantes para los usuarios, y d) son formas de escritura aprendidas autónomamente, fuera de la instrucción formal, en comunidades naturales de aprendizaje [...]* ».

Figure n° 40. L'écriture idéophonématique sur l'application *WhatsApp*. Notre élaboration.

ÉLÉMENTS INTRATEXTUELS
Réduction des ressources et des fonctions du système d'orthographe standard
Omission des accents et de certains caractères graphiques (e.g., [n] pour [ñ], [ç], [j]); absence de points, de virgules et de points-virgules; nouvelle charge sémantique des signes de ponctuation et graphie (e.g., [\$] pour des remarques ironiques, [*] pour corriger);
Utilisation du trait d'union ([–]) au lieu du trait de dialogue ([—]); omission de certains graphèmes sans équivalence phonétique (e.g., [h]); omission des digrammes (e.g., [qu] ke, akí / [gu] gerra); [w + voyelle] pour [gu + voyelle] (e.g., [wapa] pour [guapa]);
Omission de plusieurs voyelles sur des mots connus et fréquents que l'interlocuteur peut facilement identifier (aphérèse, syncope et apocope; e.g., [toy] pour [estoy] / [tdo] pour [todo] / [pelí] pour [película]). Omission de prépositions et conjonctions (e.g., [voy dar] pour [voy a dar]);
Omission occasionnelle de certaines syllabes connues ou récupérables sur des mots communs et fréquents (e.g., [tmb] pour [también]); ellipses et abréviations fréquents; omission des espaces entre les mots (crase; e.g., [nidea] pour [ni idea]); utilisation de sigles (e.g., TQM [Te quiero mucho]).
Réduction de nombreux signes de ponctuation ayant pour valeur grammaticale l'organisation de différentes unités lors d'une énumération, la séparation de phrases ou de subordinées, des incises, etc.;
Omission des majuscules pour les noms propres ou en début de phrase; usages divergents de la norme orthographique (e.g., oi [hoy]; aser [hacer]; boy [voy]).
Inclusion d'autres éléments et de nouvelles ressources
Utilisation de certaines consonnes à valeur symbolique (e.g., [K] non-conformiste, rebelle; [@] neutralisation de la marque de genre sexuel); utilisation des codes culturels proches des émetteurs (e.g., (biologie) [xx] pour [chica]; (loisir) [FX] pour [cine]);
Itération de phonèmes, syllabes ou signes de ponctuation afin de simuler des intonations orales, marquer des prolongements, l'intensité ou l'expressivité de la personne qui parle (prothèse, épenthèse et paragoge; e.g., [aaaaaaah] / [ajajaaaaja], [bueeeeeeeeno] / [noooooooo]);
Utilisation d'onomatopées (e.g., [chsssssss], [toctoc], [eeeiin?], [paaaaaf], [zaaaaaas], [ains]) ou de certaines lettres répétées (e.g., [zzzzzz] sommeil ou ennui; [mmmm] faim, satisfaction ou plaisir; [ggrrr] ou [bbrrr] dérangement ou énervement);
Utilisation des chiffres ou d'autres symboles mathématiques qui s'avèrent phonétiquement équivalents à certains mots, syllabes ou groupes de syllabes (e.g., [1] pour [uno]; [x] pour [por] ou [para]; [2] pour [dos]; [salu2] / [=] pour [mente]; [igual=]);
Deixis et topicalisations pour pallier le manque d'information linguistique-visuelle des interlocuteurs dans une conversation écrite; utilisation d'émoticônes, d'éléments graphiques et codes ASCII pour marquer les émotions de la personne qui parle;
Utilisation continuée des majuscules pour marquer un cri ou le ton et la voix qui montent; utilisation de tous les signes présents sur le clavier conventionnel (barre d'espacement comprise) pour créer des jeux orthotypographiques à partir de ces formes graphiques et montrer un cri ou bien un haussement de la voix.
D'autres aspects linguistiques qui vont interagir avec les critères précédents
Utilisation fréquente du lexique populaire et vulgaire avec une fonction expressive et connotative (e.g., [muac] pour [beso]; les diminutifs; les réductions ([peke] pour [pequeño]); les hypocoristiques);
Utilisation de structures discursives proches à l'échange oral, telles que la salutation ([hola], [buenos días]) ou la question-réponse, avec des textes et des phrases sans verbe principal ou sans accord, voire avec une simple énumération de données;
Présence de structures syntaxiques orales, basées sur l'intonation et marquées par des émoticônes et/ou des emojis, indicatifs de l'intention;
Forte présence d'interférences d'autres langues, voire de l'alternance de langues (code-switching) (e.g., [ok], [bye], [ciao] / [chao]; utilisation d'acronymes (e.g., LOL [laugh out loud]; WTF [what the fuck]; OMG [oh my god!]);
Utilisation massive du présent de l'indicatif, d'éléments déictiques et de formes pronominales de 1e et 2e personne (caractère égocentré de l'espagnol familier: emphase expressive); prédominance de structures injonctives, interrogatives et exclamatives;
Syntaxe allégée et discours négligé en raison de la priorité donnée à la fonction communicative (oralité). Prédominance de la fonction créative et ludique du langage (néologismes)

ÉLÉMENTS EXTRATEXTUELS	
OBJECTIF	Des échanges communicatifs en temps réel par le biais d'un logiciel interactif virtuel dont les capacités techniques conditionnent la capacité productive linguistique.
INTERLOCUTEURS	Ils font partie d'un réseau social virtuel de personnes connues ; les amitiés sont réelles, ce qui rend la communication beaucoup plus efficace.
INTENTION COMMUNICATIVE	Transmettre des informations ou établir un contact (caractère synchronique faible).
RAPPORT INTERACTIF	Centré sur des cadres sémantiques prototypes (dire / communiquer / envoyer / recevoir / répondre).
NATURE DE LA CONVERSATION	Émotive, expressive et participative (compensation de la réduction de la richesse contextuelle).
INFORMATION	Caractérisée par la saturation (il est possible de manipuler volontairement l'émission des messages mais pas leur réception).
ATTENTION DE L'ÉNONCIATEUR	Portée sur le message, ce qui réduit les niveaux de politesse.
PRINCIPES DE COOPÉRATION	La maxime de pertinence est souvent dévaluée ; les messages peuvent avoir une fonction phatique.
ÉLÉMENTS PARATEXTUELS	
ORGANISATION	Caractérisée par les tours de parole successifs et spontanés. Disposition multimodale motivée par la volonté des interlocuteurs d'exporter leur expressivité. Centrée prioritairement sur le contenu.
CONSTRUCTION TEXTUELLE	De type dialogal.
ÉLÉMENT MINIMAL DE CETTE CONSTRUCTION	L'échange dialogal, constituée par deux interventions successives (mais pas immédiates) de différents locuteurs liés par un rapport de pertinence (échange - séquence - interaction). Un seul locuteur peut faire plusieurs interventions afin de compléter un énoncé.
CARACTÉRISTIQUES DU DISCOURS	Dynamique ; non planifié ; il adopte la forme question / réponse ; possibilité d'expressions d'ouverture ou de fermeture ; le message du co-énonciateur est affiché sur l'écran ; le nom de l'émetteur apparaît sur la partie supérieure de l'écran s'il figure sur la liste de contacts (le cas échéant, c'est le numéro de téléphone de l'émetteur qui apparaît)
D'AUTRES PARAMÈTRES	Visualisation du statut textuel et multimédia du / des contact(s) ; possibilité d'ajouter des pièces jointes ; l'heure et la date de la conversation apparaissent affichées sur l'écran ; le logiciel ne permet d'afficher qu'une seule conversation sur l'écran.

Les recherches dans le cadre de la CMO au cours des dernières années se sont également intéressées aux caractéristiques inhérentes de la conversation écrite menée sur *WhatsApp*. Perlado et Rubio (2015 : 91) montrent la similitude existante entre la conversation présentielle en face à face et la conversation menée au travers de l'application *WhatsApp*. De plus, ils signalent que cette application est une nouvelle façon de communication instantanée ainsi qu'un espace d'expériences partagées où des liens (d'amitié ou autre) vont se tisser, se maintenir ou rompre, reprenant ainsi le caractère persuasif de l'utilisation conversationnelle du langage

(Berlanga et García, 2014 : 129), ce qui renforce l'idée de *WhatsApp* comme la nouvelle agora du XXIème siècle.

Les caractéristiques physiques de l'application informatique *WhatsApp* et les dispositifs de téléphonie portable en tant qu'instrument médiateur ont produit un nouveau genre discursif (Vaqueiro, 2016 : 218). Ces caractéristiques physiques obligent l'utilisateur à composer ses messages sur un écran de taille relativement réduite. De plus, l'utilisateur se voit sous la contrainte de mettre en place un traitement stratégique du message qu'il souhaite transmettre en vue de favoriser l'interaction avec d'autres contacts, ce qui va se traduire par une forte atomisation du discours en petites unités, autonomes et significatives (Cassany, 2003 : 8). Comme nous l'avons signalé *supra*, *WhatsApp* permet une configuration conversationnelle multicanale, mais le canal de communication privilégié par cette application est le visuel, d'après les études menées par Yus (2017). Les messages sont caractérisés par la multimodalité des énoncés et par l'utilisation d'un langage verbal écrit oralisé conçu pour être lu (i.e., idéophonématique) : plus l'interaction sera rapide et plus le registre sera informel, plus la langue écrite présentera des traits d'oralité (Martín Gascueña, 2016 : 115). Les interlocuteurs savent à tout moment si leur intervention a provoqué ou non un acte réactif instantané. Les tours de parole sont gérés librement puisque les messages sont stockés dans l'application⁴⁰³, ce qui permet à l'utilisateur de les consulter autant qu'il veut⁴⁰⁴. De ce fait, les interventions peuvent être interrompues ou reprises avec la même séquence thématique ou bien elles peuvent faire l'objet d'un changement de thème⁴⁰⁵. Par ailleurs, c'est grâce aux fonctionnalités de l'application que les utilisateurs sont mis au courant de l'activité des interlocuteurs (i.e., s'ils sont en ligne, s'ils ont lu le message, à quel moment précis a eu lieu leur dernière connexion). Cette information favorise leur interaction et relance le dynamisme structurel inhérent au rituel conversationnel⁴⁰⁶.

⁴⁰³ Les messages sont également stockés sur le *Cloud* si l'utilisateur a activé cette fonctionnalité.

⁴⁰⁴ La simultanéité n'est pas dépendante de la contiguïté (i.e., découplage graduel de la contiguïté et de la simultanéité dont Castells fait référence).

⁴⁰⁵ Martín Gascueña, *ibid.*

⁴⁰⁶ Martín Gascueña, *ibid.* En outre, l'auteure signale que le caractère synchrone et dialogique des messages fait en sorte que les stratégies de communication saisissent toute la capacité expressive du langage verbal et non verbal pour renforcer l'intention du sujet de l'énonciation pour que le destinataire interprète le sens du message par approximation, comme c'est le cas dans les conversations orales présentes (op.cit., pp. 116-117).

Nous allons retenir les recherches menées par Martín Gascueña (2016) sur la conversation menée à travers l'application *WhatsApp* dans la mesure où ses travaux mettent en exergue les caractéristiques de cette nouvelle façon de communiquer, ce que nous allons aborder du point de vue pragmatique. En effet, Martín Gascueña a analysé les caractéristiques de la conversation écrite numérique ayant lieu sur l'application *WhatsApp* à partir d'un corpus de cent conversations de onze groupes intégrés par des personnes âgés de douze à soixante dix ans. Cette étude lui a permis de caractériser un type particulier de conversation qu'elle a dénommé « conversation *ouatsap*⁴⁰⁷ ». L'auteure montre les similitudes et les différences existantes entre la conversation *ouatsap* et la conversation orale spontanée (voir figure n° 41, pp. 212-213). De plus, Martín Gascueña signale le climat d'interaction idiosyncratique de cette application en raison de son caractère synchrone faible et à cause de la combinaison d'éléments linguistiques et non linguistiques (2016 : 109). Enfin, elle met également en valeur l'utilisation des ressources multimédia et la construction d'un espace multimodal de communication qui permet de contextualiser l'interprétation du discours conversationnel :

« [...] La plupart des fonctionnalités des logiciels précédents sont intégrées dans *WhatsApp*, et il faut mettre en avant l'interopérabilité de cette application avec *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, le courrier électronique ou les chats. C'est ainsi que l'on parvient à créer un nouveau modèle de communication conversationnelle sur le téléphone portable, que nous dénommons conversation *ouatsap*, une sorte de conversation 3.0, caractérisée par un discours écrit oralisé et par un fort contenu sémiotique et polyphonique⁴⁰⁸ [...] » (Martín Gascueña, 2016 : 110).

En effet, nous allons mettre en évidence les caractéristiques de la conversation *ouatsap* dans notre étude.

⁴⁰⁷ Martín Gascueña emploie l'expression « *conversación guasap* » pour faire allusion au caractère courant et populaire de l'application mais surtout pour faire allusion à un trait idiosyncratique de la langue espagnole. En effet, il est habituel d'entendre prononcer le mot anglais *WhatsApp* comme /gwasap/ (consonne vélaire /g/ prothétique devant la voyelle /u/ suivie de voyelle en début de mot) dans un registre familier en espagnol péninsulaire, ce qui justifie l'orthographe « *guasap* ». Nous avons voulu garder le même esprit, raison pour laquelle nous proposons en français l'appellation « conversation *ouatsap* ».

⁴⁰⁸ Notre traduction. « [...] *En WhatsApp se integran la mayoría de las funcionalidades de los programas anteriores y se destaca la interoperabilidad con Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, correo electrónico o chats. De esta forma se consigue crear un nuevo modelo de comunicación conversacional en el móvil, al que denominamos conversación guasap, un tipo de conversación 3.0, caracterizada por un discurso escrito oralizado y con alto contenido semiótico y polifónico, como veremos en este estudio [...]* ».

Figure n° 41. Ressemblances et différences entre la conversation spontanée, la conversation orale présente et la conversation *ouatsap*. Source : Martín (2016 : 120-122).

CONVERSATION SPONTANÉE vs CONVERSATION OUATSAP	
La conversation spontanée (Sack, Schegloff et Jefferson, 1974)	La conversation <i>ouatsap</i>
1. Changement récurrent de locuteur. Dialogicité de la conversation.	Oui.
2. En général, une seule personne à la fois prend la parole.	Oui.
3. Les chevauchements de la parole sont fréquents mais brefs.	On peut écrire simultanément.
4. Les transitions les plus communes entre deux tours de parole sont celles qui se produisent sans intervalles ni chevauchements, ou celles qui se produisent avec un intervalle de temps bref.	Oui, provoqué par l'entrée libre des messages dans le temps.
5. L'ordre des tours de parole n'est pas fixe.	Oui.
6. La durée des tours de parole n'est pas fixe même s'il y a une tendance à un certain équilibre.	Oui.
7. La durée d'une conversation n'est pas spécifiée préalablement.	Oui.
8. Ce qui disent les interlocuteurs n'a pas été préalablement spécifié.	L'interaction peut parfois être la suite d'une autre interaction dans un contexte situationnel différent.
9. La distribution des tours de parole n'a pas été préalablement spécifié.	Oui.
10. Le nombre d'interlocuteurs peut varier.	Oui, la participation dans les conversations des groupes est libre même si chaque participant doit être ajouté préalablement par l'administrateur du groupe.
11. Le discours peut être continu ou discontinu. Il existe des techniques pour la distribution des tours de parole.	Oui.
12. Des unités formelles différentes sont utilisées lors de la construction des tours de parole (un mot, une phrase, une proposition, etc.).	Oui, ainsi que des éléments multimédia.
13. Il existe des mécanismes pour corriger les erreurs ou les transgressions de la forme de la parole (e.g., la reformulation pour les <i>malentendus</i>).	Oui (il faut attendre le tour de parole suivant).
La conversation spontanée (Groupe Val.Es.Co, 2000)	La conversation <i>ouatsap</i>
1. Elle est transmise par le canal phonique.	Oui et non (multicanal).
2. Elle implique une succession d'échanges.	Oui.
3. Elle a un développement immédiat.	Oui ou non (asynchronie).
4. Elle est coopérative.	Oui.

DIFFÉRENCES ENTRE LA CONVERSATION ORALE PRÉSENTIELLE ET LA CONVERSATION OUATSAP		
	CONVERSATION ORALE PRÉSENTIELLE	CONVERSATION OUATSAP
CANAL	Phonique / ouïe	Visuel / Lecture ; Phonique / ouïe (puisque le message peut être enregistré et avoir un caractère différé, ou bien via un appel téléphonique direct).
ÉNONCÉ	Fugace. Langage verbal oral et non verbal. (Proxémique et Kinésie)	Durable. Langage verbal et non verbal (images, émoticônes et symboles). Multimodal.
ESPACE PARTAGÉ	Présentiel. Physique.	Cyberespace. Un écran.
TEMPS	Synchronie.	Achronie.

Par conséquent, la conversation *ouatsap* est une conversation⁴⁰⁹ quotidienne, familière, informelle et multicanale qui a lieu dans un ici et maintenant du sujet de l'énonciation (i.e., égocentrisme ou nynégocentrisme naturel du langage de Damourette et Pichon [1930-1950]) ainsi que dans un environnement multidimensionnel proche de la réalité présente⁴¹⁰ (grâce à sa valeur proxémique et kinésique) matérialisée dans un discours écrit oralisé et iconique en temps réel⁴¹¹ (synchronie faible). Les *emojis* sont définis comme des particules iconiques-discursives dont la valeur sémantico-pragmatique véhicule, d'une part, l'inférence et la construction de la signification et, d'autre part, projette l'émotion de l'énonciateur et établit des liens affectifs. Enfin, pour Martín Gascueña les *emojis* et les émoticônes sont des maillons grammaticaux dans la conversation informelle ayant une valeur illocutoire dans le tour de parole dans lequel ils s'inscrivent, et dont la finalité est d'exprimer l'accord, le désaccord, le rire, la surprise ou l'étonnement. Intégrés dans le discours, les *emojis* et les émoticônes remplacent des unités lexicales, et leur message cherche à provoquer l'humour, persuader ou convaincre⁴¹². Par ailleurs,

⁴⁰⁹ Briz (2001 : 51) signale les principales caractéristiques du discours dialogique de la conversation : elle est orale, dialogale et de transmission immédiate ; elle présente une alternance des tours de parole qui n'est pas prédéterminée ; elle produit un échange très dynamique des rôles de locuteur et d'auditeur ; elle est coopérative et son intérêt porte sur le sujet traité ainsi que sur l'interaction avec l'auditeur. Ces caractéristiques sont valables pour les conversations ouatsap, comme le signale Vaqueiro (2016 : 222).

⁴¹⁰ Co-présence virtuelle (Vaqueiro, *ibid.*).

⁴¹¹ Comme le signalent Calero (2014 : 85) et Vaqueiro (*ibid.*), la dénomination du service en Espagne est celui de messagerie instantanée. Sur *Google Play France*, il s'agit d'un service de messagerie en temps réel.

⁴¹² Martín Gascueña, *op.cit.*, pp. 115-132.

García Arriola (2016 : 4-5) signale que les interlocuteurs partagent un cadre existentiel réel (i.e., univers commun de vécus, d'événements ou de lieux) dont le but principal est de resserrer les rapports interpersonnels (i.e., socialisation). *WhatsApp* est l'exposante par excellence de l'hypermédiation et de l'immédiation des relations au travers des TIC :

« [...] Tout est réalisable par le biais des messages, les groupes, le contrôle, la mémoire, le caractère immédiat de la réponse. L'information sur l'heure de connexion, les *check* permettant de savoir si le message a été reçu, voire lu, accentuent la dépendance et mettent en évidence l'exigence d'une réponse immédiate⁴¹³ [...] ». (Gallegos, 2016 : 18).

⁴¹³ Notre traduction. « [...] El *WhatsApp* es quizás el instrumento más formidable en cuestiones de hipermediación e inmediatez. Todo se realiza a través de los mensajes, los grupos, el control, la memoria, la inmediatez de la respuesta. El dato de hora de conexión, los *check* que permiten saber si un mensaje ha sido recibido e incluso si ha sido abierto acentúan la dependencia y evidencia la exigencia de inmediatez en la respuesta [...] ».

SYNTHÈSE DU CHAPITRE 3

L'irruption de l'Internet dans nos vies ainsi que l'hybridation technologique qui est survenue entre l'informatique et les systèmes de communication filaire et sans fil ont profondément transformé le panorama des technologies. La généralisation des réseaux informatiques favorise la dématérialisation de l'information et le *Web 2.0* est devenu un outil incontournable dans nos sociétés occidentales. Par ailleurs, l'avancée technologique dans le domaine de la téléphonie a provoqué l'émergence d'un nouveau moyen de communication quotidien pour des millions des personnes : le téléphone intelligent, caractérisé par les fonctionnalités des applications qu'il intègre. En outre, les nouveaux environnements numériques vont rendre possible la mise en relation des personnes grâce aux réseaux numériques virtuels, ce qui va les conférer un caractère essentiellement social. Par ailleurs, les utilisateurs ont désormais la possibilité de jouer avec l'ubiquité offerte par ses moyens de communication qui rendent possible leur présence en ligne ou *offline*. Ce « double » mode présentiel a des conséquences sur les sphères publiques et privées de tout en chacun, mais la dimension ubiquitaire de la communication induite par ces technologies amplifie de façon exponentielle la mise en contact entre individus : être joignable n'importe quand et n'importe où.

Une application gratuite de messagerie instantanée a connu un énorme succès au niveau mondial : *WhatsApp*. Les caractéristiques de cette application permettent de la définir comme étant un véritable réseau social entre personnes qui se connaissent déjà. Les utilisateurs de cette application le font dans un contexte personnel et privé, mais elle est également utilisée dans le cadre professionnel par certains utilisateurs qui voient dans cette application de messagerie un atout majeur : son caractère ubiquitaire et les possibilités de transmission de fichiers. Par ailleurs, le succès de cette application a favorisé l'émergence d'un nouveau genre discursif, la conversation *ouatsap* (Martín Gascueña, 2016), caractérisée par l'oralité et un type d'écriture appelée idéophonématique, souvent accompagnée par des *emojis* qui vont jouer une valeur sémantico-pragmatique dans le discours.

SYNTHÈSE DE LA PREMIÈRE PARTIE

Le premier chapitre nous a permis d'approfondir les connaissances théoriques relatives à l'altérité, à la négociation et au paradigme numérique.

Dans un premier chapitre nous avons abordé le concept de culture. Ce concept présente une dimension polyédrique dans la mesure où il comporte plusieurs niveaux d'analyse. La culture est définie par son caractère dynamique grâce aux interactions produites par les individus qui intègrent chaque communauté de vie. C'est ainsi que la culture acquiert une dimension compétentielle et capacitaire. Dans le domaine de la didactique des langues vivantes, la culture met en exergue les éléments socioculturels identitaires des pays où la langue cible est d'usage. Nous avons également abordé le concept d'interculturel. En effet, comme nous l'avons signalé *supra*, le caractère dynamique de la culture est la conséquence des interactions des individus qui intègrent chaque communauté de vie. L'altérité est fait inexorable dans la construction identitaire, et l'interculturel est une manifestation de la négociation intersubjective des valeurs, qui devient une construction itérative et cumulative tout au long de la vie. Et puisqu'il s'agit d'une construction intersubjective, les valeurs et les croyances sont confrontées et peuvent provoquer des tensions et des malentendus : la confiance interpersonnelle et confiance interculturelle deviennent des mécanismes de réduction de la complexité sociale, qui vont rendre possibles des rapports symétriques, réciproques et sincères entre les interlocuteurs / interactants.

Dans un deuxième chapitre nous avons abordé le concept de négociation. Les interactions sont caractérisées par l'échange argumentaire qui a pour objectif la réussite des objectifs que chaque interactant s'est fixés, ce qui requiert de la part des interactants la mise en place des stratégies bénéfiques pour tous (i.e., gagnant-gagnant). Les stéréotypes et les préjugés peuvent déterminer la réussite de la négociation, notamment dans le cadre d'une négociation internationale. C'est ainsi que dans la négociation franco-espagnole, l'image que chaque interlocuteur / interactant se fait de l'autre détermine la nature des relations. Par exemple, le vin est un élément du patrimoine culturel et historique de la France et de l'Espagne, et il peut provoquer des tensions mutuelles aussi bien que des rencontres fructueuses et

bénéfiques. La mise en relation des acteurs impliqués rend possible la création des rapports de confiance.

Dans un troisième chapitre nous avons analysé l'évolution du paradigme numérique. Cette analyse nous a montré la rapidité des changements qui se sont opérés, ce qui a modifié significativement nos rapports à l'espace, au temps et aux individus. Une nouvelle dimension ubiquitaire favorise la mise en réseau des individus sur toute la planète. C'est ainsi que l'application de messagerie instantanée pour téléphone intelligent *WhatsApp* connaît un énorme succès, ce qui a provoqué l'émergence d'un nouveau genre discursif que nous avons appelé conversation *ouatsap*.

DEUXIÈME PARTIE. MÉTHODOLOGIE

Une fois présenté le cadre théorique de notre recherche, nous allons définir la rigueur méthodologique que nous avons suivie pour l'obtention des données qui font l'objet de notre étude de cas.

En effet, notre quatrième chapitre va détailler la méthodologie que nous avons utilisée pour notre étude de cas. Premièrement, nous allons présenter les démarches que nous avons menées pour le recueil de données. Puis, nous exposerons notre approche méthodologique, suite à quoi nous présenterons notre démarche. Ensuite, nous présenterons nos outils méthodologiques d'analyse, ce qui va nous permettre, par la suite, de décrire le processus de construction du corpus de notre recherche. Nous présenterons, par la suite, les données obtenues et le corpus de notre travail pour, enfin, présenter le traitement des données obtenues.

CHAPITRE IV : MÉTHODOLOGIE

Notre recherche prend appui sur une étude de cas authentique qui relève des pratiques discursives en situation professionnelle. Nous allons exposer le cadre méthodologique de notre recherche ainsi que les outils dont nous aurons besoin pour l'élaboration du corpus.

4.1 Recueil de données

Notre étude de cas a pour objet l'analyse d'un ensemble d'échanges conversationnels qui ont eu lieu sur l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* entre la responsable d'une TPE française spécialisée dans la vente de vin naturel et trois de ses partenaires commerciaux espagnols. Ces échanges conversationnels interviennent dans un contexte de négociation commerciale. Ils nous ont été directement transmis par courrier électronique à partir de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* de la responsable de cette entreprise.

Hammel (1997 : 10) considère que l'étude de cas consiste à rapporter un événement à son contexte et à le considérer sous cet aspect pour voir comment il s'y manifeste et s'y développe. Il présente l'intérêt d'apporter une compréhension profonde des phénomènes, des processus les composant ainsi que des personnes y prenant part (Gagnon, 2012 : 2).

C'est sous cette optique que nous allons aborder notre analyse afin de rapporter au contexte des interlocuteurs les différents échanges conversationnels survenus sur l'application de messagerie instantanée *WhatsApp*, une sorte d'action située socialement et culturellement (Suchman, 1987).

4.2 Approche méthodologique

L'approche que nous allons utiliser pour l'analyse du discours en interaction est ethnométhodologique et interactionnelle.

Garfinkel (2007 : 51) signale que l'approche ethnométhodologique est un dispositif de recherche efficace pour accéder aux pratiques mobilisées par les acteurs dans l'accomplissement de leurs activités ordinaires. L'approche ethnométhodologique cherche donc à examiner le monde social non pas tel qu'il est donné mais tel qu'il est continuellement en train d'émerger, comme réalité objective, ordonnée, intelligible, récurrente et descriptible, qui permet aux membres de rendre reconnaissables leurs conduites sociales et d'interpréter celles-ci (Hadi Denoueix, 2014 : 146-147). Quant à l'approche interactionnelle, Ollivier (2012 : 4) signale que toute communication et toute action humaine est interactionnelle, effectuée sous contrainte relationnelle et située localement et culturellement.

L'approche ethnométhodologique qualitative rend compte d'une vision holistique des systèmes sociaux qui permet des descriptions détaillées des situations et des événements. La recherche qualitative fournit également une connaissance approfondie sur l'interaction entre les personnes impliquées, leurs comportements et leurs sentiments (Gagnon, 2012 : 1) en vue de s'approprier le sens des phénomènes qui font l'objet d'étude.

Nous retenons également les recherches de Kerbrat-Orecchioni (2007) au sujet de l'analyse du discours en interaction. En effet, elle propose quatre principes méthodologiques pour l'analyse de celui-ci. Tout d'abord, elle propose de fonder l'analyse sur des données authentiques⁴¹⁴. Ensuite, elle propose de prendre en compte autant que possible la totalité du matériel sémiotique ainsi que tous les éléments pertinents du contexte puisque le discours façonne le contexte autant que le contexte façonne le discours. En effet, l'auteure signale que le texte comporte toutes sortes d'indications sur le contexte, mais ces indications ne jouent pas forcément le même rôle pour les interactants et pour l'analyste⁴¹⁵. Kerbrat-Orecchioni propose également de mettre en œuvre un éclectisme méthodologique en raison du caractère complexe du discours en interaction, qui comporte plusieurs « niveaux », « plans » ou « modules ». Ce discours en interaction requiert des outils descriptifs de provenance diverse⁴¹⁶. Enfin, l'auteure propose de prendre en compte tout

⁴¹⁴ Kerbrat-Orecchioni (2007 : 2)

⁴¹⁵ *Ibid*, pp. 4-6

⁴¹⁶ *Ibid*, p. 9

particulièrement le contexte culturel dans lequel se déroule l'échange dans la mesure où tous les aspects du fonctionnement des interactions, ainsi que les normes communicatives qui les sous-tendent, peuvent prêter à variation culturelle⁴¹⁷.

4.3 Démarche méthodologique

Afin de mener l'analyse congruente de notre étude de cas, nous allons suivre une approche ethnométhodologique et interactionnelle pour accéder aux pratiques mobilisées par les interlocuteurs dans leurs échanges conversationnels, effectués sous contrainte relationnelle et situés localement et culturellement.

Notre approche sera essentiellement qualitative dans la mesure où celle-ci fournit une connaissance approfondie sur l'interaction entre les personnes impliquées dans les échanges conversationnels ainsi que sur leurs comportements et leurs sentiments. Par ailleurs, nous adopterons une perspective paradigmatique émique lors de nos analyses dans un souci d'objectivité observationnelle.

Un dernier critère va également caractériser notre démarche. En effet, notre approche sera inductive et orientée par les données naturelles qui configurent les échanges conversationnels. Par conséquent, elle s'inscrira dans un cadre théorique rigoureux en raison des principes que nous allons suivre, répondant ainsi aux exigences considérées *supra* par Kerbrat-Orecchioni.

4.4 Outils méthodologiques

L'unité textuelle que nous allons prendre en considération pour l'étude des interactions conversationnelles qui ont lieu sur l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* est le genre discursif conversation *ouatsap*. Il s'agit d'un nouveau dispositif de communication⁴¹⁸ proposé et défini par Martín Gascueña (2016), ce que nous avons présenté dans la première partie de notre recherche (Cf. chapitre 3.3), et que nous rappelons brièvement ici.

⁴¹⁷ *Ibid*, p. 13

⁴¹⁸ Hadi Denoueix (2014 : 134)

4.4.1 La conversation *ouatsap*

La conversation *ouatsap* présente une structure conversationnelle dialogique gérée à plusieurs. En effet, elle est régulée par les interventions des interlocuteurs à partir des tours de parole, lesquels sont intégrés par des actes de parole ou des énoncés. Ceux-ci construisent des échanges ou des séquences cohérentes et rassemblées qui vont configurer la texture conversationnelle (Martín Gascueña, 2016 : 122).

L'auteure signale qu'une conversation *ouatsap* est l'action de commencer à dialoguer. La conversation *ouatsap* peut être intégrée par plusieurs conversations et chacune équivaut à une unité thématique configurée par une séquence d'ouverture, une séquence de continuité et une séquence de fermeture. Les interventions des conversations *ouatsap* sont caractérisées par la multimodalité des énoncés qui peuvent être soit purement verbaux (avec un registre plus proche de l'oralité que de l'écrit), soit verbaux hybrides combinant des éléments verbaux et non verbaux (e.g., images, émojis, photos, vidéos, adresses internet, adresses de courrier électronique), soit des éléments exclusivement non verbaux⁴¹⁹.

Nous allons présenter les caractéristiques de chacune des séquences mentionnées *supra* en prenant appui sur les recherches menées par Martín Gascueña (2016, 123-132).

4.4.1.1 Séquence d'ouverture

La séquence d'ouverture des conversations *ouatsap* est caractérisée par soit la présence d'éléments verbaux, soit la présence d'éléments non verbaux, soit la présence d'éléments verbaux et non verbaux.

⁴¹⁹ *Ibid.*

4.4.1.1.1 *Éléments verbaux*

Les salutations déterminent les séquences d'ouverture. Elles sont considérées en tant que formules de politesse positive dont le but est de renforcer et réaffirmer les rapports personnels.

4.4.1.1.2 *Éléments non verbaux*

Plusieurs systèmes sémiotiques peuvent être présents dans les séquences d'ouverture des conversations *ouatsap* (e.g., des *emojis*, des images, des photographies personnelles des interlocuteurs, et des fichiers sons ou vidéo).

4.4.1.1.3 *Éléments verbaux et non verbaux*

Les énoncés hybrides sont très fréquents dans les conversations *ouatsap* (e.g., photographie, vidéo ou image accompagnées d'un texte). De plus, les *emojis* qui accompagnent le langage verbal sont utilisés dans l'ouverture des conversations en vue de renforcer le message, véhiculant ainsi l'interprétation de leur intention.

4.4.1.2 *Séquence de continuité*

Les interventions dans les conversations *ouatsap* sont caractérisées par la liberté chronologique. C'est grâce au contexte sociocognitif partagé par les interlocuteurs et grâce au temps de réaction pour la prise du tour de parole que les interventions précédentes acquièrent un caractère important aux yeux des interlocuteurs dans la conversation *ouatsap*. Par ailleurs, le caractère achronique de l'interaction permet de répondre de façon immédiate et spontanée.

Le type d'élément interactionnel utilisé pourra faire le lien avec le tour de parole précédent, ce qui permet de maintenir la cohérence et la cohésion précédente, ou bien celui-ci peut provoquer une rupture à cause d'un changement séquentiel ou d'une transition dans le tour qui suit après. Cette rupture peut survenir en raison de malentendus contextuels, de thématiques qui ne sont pas considérées pertinentes, d'une perte de référents provoquée par le nombre de conversations que

l'interlocuteur doit gérer en parallèle ou, enfin, en raison de la volonté manifeste d'introduire un nouveau sujet de conversation, voire de clore celle-ci.

Les séquences de continuité sont caractérisées par leur nature multimodale. Les *emojis* sont également présents. Ceux-ci peuvent apparaître seuls ou accompagnés de monosyllabes ; leur utilisation dépend du niveau de confiance interpersonnelle, de la cordialité et de l'affection qui existent entre les interlocuteurs ainsi que du registre utilisé dans la conversation (i.e., informel ou formel) ou de la thématique de celle-ci. Les *emojis* ont une valeur conceptuelle et, de ce fait, ils peuvent être utilisés pour remplacer, renforcer ou répéter la signification des unités lexicales. Ils permettent également de modaliser l'intention de l'énonciateur (i.e., projection de sentiments et d'émotions) ou bien de matérialiser des actes de parole assertifs. De plus, les *emojis* permettent d'atténuer les actes menaçants ou irrespectueux ainsi que de clore une séquence. Ils peuvent simuler les ingrédients prosodiques, proxémiques et kinésiques de la conversation présenteielle, qui s'avèrent fondamentaux lors de l'interaction sociale. En outre, la fréquence d'utilisation du même *emoji* peut être interprétée comme un sociolecte entre les interlocuteurs.

4.4.1.3 Séquence de fermeture

Les fermetures des séquences des conversations *ouatsap* dépendent de la thématique. La séquence peut ainsi finir par un *emoji* en vue d'exprimer l'accord, le désaccord ou une émotion. Elle peut également finir soit par un monosyllabe, soit par polyphonie (en répétant l'énoncé précédent), soit par une formule de politesse en fonction du contexte de la conversation *ouatsap*, puisque les formules de politesse ne sont pas souvent utilisées pour clore une conversation. En effet, l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* est constamment connectée, ce qui implique que l'utilisateur a une présence en ligne constante, raison pour laquelle il peut être joignable n'importe quand et n'importe où : l'utilisateur est toujours là.

4.5 Données obtenues et corpus de travail

Nous avons reçu par courrier électronique quatre fichiers au format *txt* contenant les échanges conversationnels professionnels authentiques qui ont été menés sur l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* entre quatre personnes, une femme et trois hommes. Il s'agit de quatre fichiers contenant chacun une série d'échanges conversationnels professionnels dans le domaine viticole entre deux interlocuteurs / interactants à chaque fois. Deux des fichiers *txt* correspondent aux échanges conversationnels entre les mêmes interlocuteurs / interactants en raison du changement de téléphone portable d'un des interlocuteurs.

Chaque fichier est organisé de la même façon. D'abord apparaît la date à laquelle se déroule la conversation sous la forme suivante : « jour/mois/année » (e.g., 06/06/2016) ; puis il y a un espace, et ensuite apparaît indiquée l'heure à laquelle la conversation a eu lieu, comme suit : « heure:minute:seconde » (e.g., 22:21:15) ; puis il y a un espace, et par la suite le nom de la personne qui prend le tour de parole, suivi de deux point (sans espace), et après le message, comme le montre l'exemple suivant :

```
06/06/2016 22:21:15: Laura: No me apetece irme de cena esta noche.
```

S'agissant de données naturelles qui relèvent des pratiques discursives en milieu professionnel, nous avons procédé à l'anonymisation des données sensibles qui peuvent directement ou indirectement individualiser les personnes impliquées.

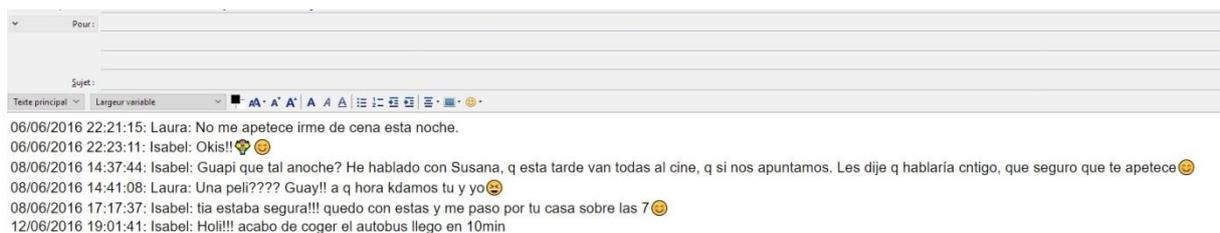
4.5.1 Anonymisation des données

Le contenu qui nous est parvenu nous fait prendre conscience de l'impossibilité de l'exploiter convenablement sur un logiciel de traitement de texte. En effet, les échanges conversationnels se trouvent sur un fichier d'extension *txt* qui ne permet pas d'afficher correctement les *emojis* qu'il contient, comme le montre l'exemple suivant :

Fichier Edition Format Affichage ?

```
06/06/2016 22:21:15: Laura: No me apetece irme de cena esta noche.
06/06/2016 22:23:11: Isabel: Okis!!
06/06/2016 22:23:31: Isabel: 🙄
08/06/2016 14:37:44: Isabel: Guapi que tal anoche? He hablado con Susana, q esta tarde van todas al cine, q si nos apuntamos. Les dije q hablaría cntigo, que seguro que te apetece😊
08/06/2016 14:41:08: Laura: Una peli???? Guay!! a q hora kdamos tu y yo😊
08/06/2016 17:17:37: Isabel: tia estaba segura!!! quedo con estas y me paso por tu casa sobre las 7😊
12/06/2016 19:01:41: Isabel: Holi!!! acabo de coger el autobus llego en 10min
```

Un deuxième constat nous fait prendre conscience que les logiciels de traitement de texte ne permettent pas d'afficher les *émojis* parce qu'ils ne sont pas reconnus par ceux-ci. C'est pour cette raison que nous avons utilisé un logiciel de messagerie électronique afin de visualiser les *émojis* qui apparaissent dans tous les échanges conversationnels. Un simple copier-coller du contenu du fichier *txt* sur un courrier électronique permet de visualiser le contenu correctement (i.e., interopérabilité sémantique), comme le montre l'exemple suivant :



Un troisième constat nous fait prendre conscience que les *émojis* affichés sur le courrier électronique ne correspondent pas aux *émojis* affichés sur l'application *WhatsApp*⁴²⁰, raison pour laquelle nous avons élaboré un tableau de correspondance entre eux pour assurer une meilleure compréhension des 40 *émojis* que nous avons identifiés dans les échanges conversationnels (voir annexe n° 12, p. 477).

Nous avons attribué un code à chaque *emoji* ; la voyelle E représente le mot *emoji*. De E01 à E25 nous avons répertorié les *émojis* qui représentent des expressions faciales. Puis, de E26 à E32 nous avons répertorié des *émojis* représentant des sentiments, des émotions, des états d'esprit ou des actions (e.g., E27 applaudissement ; E28 accord ; E29 galanterie ; E30 faire du vélo ; E31

⁴²⁰ Une liste complète de correspondance des *émojis* (i.e., interopérabilité sémantique) est disponible à l'adresse <http://www.unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html#1f917> (Date de consultation : 30/09/2017)

manger ; E32 fatigue ou mort). Ensuite, de E33 à E38 nous avons répertorié les *émojis* qui font référence au domaine professionnel des interlocuteurs (i.e., viticulture et associations du vin : E33 le *jamón serrano* ou le porc ; E34 le vin ; E35 les crustacées ; E36 la pluie ; E37 les nouages ; E38 les grappes de raisin). Enfin, l'*emoji* E40 présente une connotation scatologique en raison d'un constat fait par l'un des interlocuteurs. Dans un souci d'anonymisation des données, nous ne pouvons pas indiquer les références faites par l'*emoji* E39.

En ce qui concerne les *émojis* qui représentent des expressions faciales, nous avons répertorié de E01 à E07 les *émojis* qui ont les yeux fermés et en fonction des critères de hiérarchisation suivants : si la langue apparaît ou non ; si la bouche est ouverte ou non ; si toutes les dents sont visibles ou non et, enfin, si d'autres éléments corporels viennent accompagner l'expression faciale ou non. De E08 à E09 nous avons répertorié les *émojis* qui présentent les yeux ouverts, en appliquant ces mêmes critères de hiérarchisation. De E11 à E25 nous avons répertorié les *émojis* qui font référence aux manifestations renforcées des émotions et des sentiments (i.e., E11 et E12 éclat de rire ; E13 baiser ; E14 baiser d'amour ; E15 affection ; E16 amour ; E17 déception ; E18 tristesse ; E19 doute ; E20 énervement ; E21 gêne ; E22 étonnement ; E23 surprise ; E24 malice ; E25 indifférence).

Les références aux personnes, aux villes ainsi qu'aux produits qui font l'objet des négociations sont fréquentes dans l'ensemble des échanges conversationnels. L'anonymisation des données devient un préalable inéluctable pour notre recherche :

« [...] Les pratiques actuelles des chercheurs en termes d'anonymisation se réduisent la plupart du temps à une opération de masquage d'un nom propre, d'une adresse ou d'un numéro de téléphone. Afin de vérifier la validité de ces pratiques et d'en définir les modalités, il convient de reposer avec précision la question légale qui est celle de l'impossibilité d'identifier des personnes. En effet, l'objectif est de protéger la vie privée des personnes enregistrées en dépersonnalisant les données, ce qui a amené le législateur à ne pas réduire cette identification à la simple présence de données nominatives. Ainsi, si techniquement l'anonymisation consiste au remplacement ou au codage des données sensibles par des éléments neutres selon les supports concernés (remplacement par un blanc ou un pseudo à l'écrit, par un bip dans les fichiers sons et par floutage des visages sur les enregistrements vidéos), il serait erroné de penser que

cette solution ne demande pas une expertise plus approfondie des risques d'exploitation d'éléments "dénommant" [...] » (Baude, 2006 : 6)

Nous avons donné le prénom de María à la responsable de la TPE française spécialisée dans la vente de vin naturel. Par ailleurs, nous avons donné le nom de Rucio à cette entreprise dont María est la responsable. Lors de l'ouverture de sa boutique, María possède deux téléphones portables, un téléphone portable professionnel et un téléphone portable personnel qu'elle a résilié peu de temps après. Par conséquent, María (personne physique) et Rucio (personne juridique) sont la même personne en matière d'interlocution dans les échanges conversationnels *ouatsap* que nous allons analyser.

María est d'origine espagnole. Sa tranche d'âge se situe entre 35 et 45 ans. Elle habite en France depuis plusieurs années. Elle a un niveau d'études supérieur et maîtrise parfaitement les deux langues (niveau C1 du CECRL⁴²¹). Elle est sommelière professionnelle, et a créé récemment en France une très petite entreprise spécialisée dans les vins naturel, bio et Demeter français et étrangers. Son compagnon est un vigneron français spécialisé dans le vin naturel. María nous a expliqué qu'elle achète le vin pour sa boutique en fonction de la qualité de celui-ci et en fonction de la philosophie de travail du vigneron (i.e., produit artisanal bien fait) ; elle ne porte aucune attention à l'étiquette du vin.

María nous a donc fait parvenir par courrier électronique les trois fichiers contenant les échanges conversationnels qu'elle a entretenus avec trois de ses partenaires commerciaux espagnols, que nous avons appelés Jesús, Pedro et Israel. Par conséquent, nous avons reçu les conversations entretenues entre María et Jesús, María et Pedro et, enfin, María et Israel.

Jesús est d'origine espagnole. Sa tranche d'âge se situe entre 25 et 35 ans. Il habite en Espagne. Il est vigneron spécialisé dans le vin naturel, et possède une entreprise de production de ce type de vin. Nous ignorons son niveau d'études ; il ne parle pas le français mais il fait souvent des déplacements professionnels à l'étranger dont la France. Il a une compagne que nous avons appelée Idoia.

⁴²¹ Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues.

Pedro est d'origine espagnole. Sa tranche d'âge se situe entre 45 et 55 ans. Il habite en Espagne. Il est vigneron, et possède une entreprise de production de vin naturel. Nous ignorons son niveau d'études ; il a des connaissances en français car il fait souvent des déplacements professionnels à l'étranger dont la France, mais nous ignorons son véritable niveau de compétence en langue. Il est homosexuel et il a un compagnon que nous avons appelé Pablo. Nous ignorons s'ils sont mariés.

Israel est d'origine espagnole. Sa tranche d'âge se situe entre 35 et 45 ans. Il habite en Espagne. Il est vigneron spécialisé dans le vin bio, et possède une entreprise de production de ce type de vin. Il a beaucoup de clients à l'étranger, ce qui l'amène à se déplacer souvent à l'étranger. Il est marié avec une femme d'origine française que nous avons appelée Lucrecia, et ils ont un enfant en commun que nous avons appelé Lalo. Israel a quelques compétences linguistiques en français, mais nous ignorons son véritable niveau de compétence en langue.

Pedro et Israel sont sensibles au soutien des petits producteurs locaux, groupés dans de petites coopératives espagnoles spécialisées dans la production de produits bio. Ils participent activement à la visibilité des produits élaborés par celles-ci puisqu'elles ont du mal à s'ouvrir à l'international en raison de la production limitée propre à ce type de structures locales (ce qui se traduit par un circuit court de distribution) ainsi qu'en raison du manque de compétences professionnelles, de compétences linguistiques et, par conséquent, de projection à l'international.

Nous avons également décidé d'effectuer l'anonymisation des marques commerciales des vins mentionnées dans les conversations *ouatsap* pour ainsi protéger l'identité des personnes concernées. Par conséquent, les marques commerciales des vins qui apparaissent dans notre corpus ont été inventées. Par ailleurs, les noms des villes qui apparaissent dans notre corpus ont également été inventés et/ou ne correspondent pas aux villes dont font référence les échanges conversationnels réels. Par exemple, nous avons fait le choix de situer l'entreprise de María (Rucio) dans la ville française de Limoges, l'entreprise de Jesús dans la ville espagnole de Tormolida, l'entreprise de Pedro dans la ville espagnole de Nerja et, enfin, l'entreprise d'Israel près de Corbijuela del Toboso. Néanmoins, nous avons

respecté, dans la mesure du possible, les régions viticoles auxquelles font allusion les conversations *ouatsap*.

Enfin, nous avons fait le choix d'éliminer les images, les photographies personnelles et les fichiers son afin de protéger l'identité des personnes concernées. Nous signalerons que María nous a fait parvenir la correspondance épistolaire électronique qu'elle a maintenue avec Jesús, Pedro et Israel, mais nous n'avons pas intégré dans notre travail de recherche ces courriers électroniques afin de ne pas nous éloigner de l'objet de notre étude, les conversations *ouatsap*.

Afin d'assurer une meilleure compréhension des échanges conversationnels, il nous semble important de signaler que María et Pablo entretiennent un rapport professionnel de longue date. En effet, avant de créer sa propre entreprise, María était salariée dans une boutique du même secteur d'activité entrepreneurial où elle travaillait principalement comme caviste, ce qui lui a permis de rencontrer Pedro lors d'un de ses déplacements professionnels en France. En ce qui concerne María et Israel, leur rapport professionnel est plus récent et ils se connaissent par l'intermédiaire de Pedro. Pourtant, leur flux commercial est beaucoup plus fluide qu'entre María et Pedro. Enfin, María et Jesús se connaissent à peine car ils sont rentrés en contact très récemment par l'intermédiaire d'Israel.

Après avoir effectué l'anonymisation, chaque échange conversationnel a été retranscrit sur un courrier électronique, que nous avons imprimé au format *pdf*.

4.5.2 Processus de construction du corpus

Nous avons fait le choix d'identifier chaque échange conversationnel en prenant l'initiale du prénom du partenaire commercial espagnol concerné. C'est ainsi que les échanges conversationnels entre María et Jesús sont identifiés avec la consonne « J » et ceux entre María et Pedro sont identifiés avec la consonne « P ». En revanche, les échanges conversationnels entre María et Israel sont identifiés avec la consonne « L » puisque nous considérons que la voyelle « I » se prête à confusion.

Nous avons identifié 14 conversations *ouatsap* entre María et Jesús, que nous avons numérotées en suivant une hiérarchisation chronologique de celles-ci et suivies de l'initiale du partenaire commercial en question (i.e., n° 1J à n° 14 J). Ces conversations s'étendent du 6 juin 2016 à 22:21:15 jusqu'au 3 octobre 2016 à 14:31:45.

Nous avons identifié 23 conversations *ouatsap* entre María et Pedro, que nous avons numérotées en suivant le même procédé (i.e., n° 1P à n° 23P). Ces conversations s'étendent du 11 juillet 2015 à 13:38:53 jusqu'au 25 octobre 2016 à 16:24:07.

Nous avons identifié 65 conversations *ouatsap* entre María et Israel, que nous avons numérotées en suivant le même procédé (i.e., n° 1L à n° 65L). Ces conversations s'étendent du 8 juin 2015 à 10:47:46 jusqu'au 27 décembre 2016 à 12:34:57.

Par conséquent, le corpus de notre travail est constitué d'un total de 92 conversations *ouatsap*.

4.6 Traitement des données

Dans la mesure où notre étude a pour objet l'analyse de la confiance interpersonnelle et interculturelle dans les conversations *ouatsap*, le corpus doit permettre d'attester les manifestations de celle-ci. Dans un premier temps, nous allons procéder à une étude globale du corpus pour ensuite procéder à une étude analytique.

4.7.1 Étude globale

L'étude globale de notre corpus va prendre en considération les paramètres suivants : l'infomédiation, l'interopérabilité et la communication multimodale de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp*, ce que nous allons mentionner ci-dessous.

4.7.1.1 L'infomédiation

Comme nous l'avons évoqué dans la première partie (Cf. chapitre 3.3), l'infomédiation est une intermédiation électronique entre les interlocuteurs et l'information. En prenant l'approche que Guibert et ali. (2016) font de l'infomédiation en matière culturelle et médiatique, algorithmique, sociale et transactionnelle, nous interprétons l'infomédiation dans le cadre de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* comme l'intermédiation outillée par l'informatique visant le partage de contenus et la gestion de pratiques d'accès individualisée aussi bien du point de vue personnel que professionnel (i.e., le réseautage professionnel, passer des commandes, la gestion des démarches administratives, les conseils professionnels, les conseils personnels).

4.7.1.2 L'interopérabilité

L'interopérabilité est la capacité que possède un produit, un objet ou un système à fonctionner et/ou à communiquer avec d'autres produits, d'autres objets ou d'autres systèmes sans restriction⁴²² (nous avons fait le choix de considérer les interlocuteurs / interactants comme étant des systèmes). Cette interopérabilité peut être fonctionnelle (i.e., échange d'un contact du répertoire téléphonique, envoi et/ou réception d'un message vocal, d'une image, d'une photographie, d'un fichier audio, d'un fichier vidéo, d'une adresse *web* ou d'une adresse de courrier électronique) ou bien elle peut être sémantique, ce qui a pour objectif d'assurer que les échanges effectués entre les différents composants interconnectés conservent le même sens afin que les parties communicantes aient une compréhension commune de la signification des données et des services qu'elles échangent (Degoulet et ali., 1997 : 3).

4.7.1.3 La communication multimodale

La communication multimodale dans le cadre de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* concerne les différentes ressources susceptibles d'être utilisées dans le processus de communication entre les interlocuteurs / interactants

⁴²² [<https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/interopabilite.html>] (Date de consultation : 30/09/2017)

(e.g., le courrier électronique, l'appel téléphonique, l'appel vidéo ou le face à face présentiel).

4.7.2 Étude analytique

L'étude analytique des conversations *ouatsap* qui configurent notre corpus va prendre en compte les paramètres suivants : les manifestations de la complicité, de la familiarité et de l'intimité partagée ainsi que la construction de la relation de confiance.

4.7.2.1 Manifestation de la complicité

Nous allons prendre en considération trois critères qui permettent de mettre en évidence la complicité entre interlocuteurs dans les conversations *ouatsap* : l'alternance de contextes professionnel et personnel dans les tours de parole de la conversation (i.e., alternance simple ou alternance multiple) ; l'utilisation de formules stéréotypées (i.e., routines conversationnelles) et de l'humour ; le niveau de langue courant (i.e., formules de salutation ; formes nominales d'adresse ; vocatifs, diminutifs, superlatifs et hyperboles ; utilisation d'émojis ; phrases courtes ; recours aux néologismes et présence de mots d'origine étrangère ; oralité, spontanéité et expressivité) et, enfin, l'atténuation des limites de la frontière entre le contexte professionnel et le contexte personnel (i.e., formes nominales d'adresse ; vocatifs, diminutifs, superlatifs et hyperboles ; utilisation d'émojis ; intimité partagée).

Nous allons prendre en compte la définition de langue courante proposée par Briz (1996 : 26), pour qui la langue courante est l'utilisation socialement acceptée dans des situations quotidiennes de communication, qui n'est exclusivement pas lié à un niveau de langue déterminé et dans laquelle les vulgarismes et les dialectismes apparaissent en fonction des caractéristiques des utilisateurs⁴²³. En effet, Narbona (1992 : 227) signale que l'espagnol courant est la modalité la plus commune et la plus employée. C'est ainsi que ce registre peut servir à mieux comprendre les mécanismes de la communication linguistique et les rapports existants entre langage

⁴²³423 Notre traduction. « [...] *Usa socialmente aceptado en situaciones cotidianas de comunicación, no vinculado en exclusiva a un nivel de lengua determinado en el que el vulgarismo y los dialectalismos aparecen en función de las características de los usuarios* ».

et interaction sociale. Certains traits situationnels du contexte de communication (i.e., une relation symétrique des interlocuteurs, un rapport existentiel de proximité, un cadre discursif familier et, enfin, une thématique non spécialisée) ainsi que l'absence de planification, la finalité interpersonnelle (i.e., la communication comme moyen de socialisation) et le ton informel vont favoriser le recours à la langue courante (Camacho, 2009 : 336-337).

En ce qui concerne les formules stéréotypées, Corpas (1996 : 170-171) indique qu'il s'agit des unités phraséologiques de la langue orale qui ont un caractère d'énoncé. La différence entre les formules stéréotypées et les parémies réside sur le fait que ces formules n'ont aucune autonomie textuelle puisque leur présence est plus ou moins déterminée par des situations de communications précises. Les formules stéréotypées sont des formules de l'interaction sociale habituelles et stéréotypées ayant des fonctions spécifiques dans des situations prédictibles, routinières et, jusqu'à un certain point, ritualisées.

Yoshino (2008 : 15-20) et Martín Noguero (2013 : 68) présentent une classification des routines conversationnelles que nous allons retenir pour notre recherche : les formules discursives propres à l'organisation du discours (i.e., d'ouverture, de fermeture et de transition), et les formules psychosociales utilisées par l'énonciateur pour exprimer ses sentiments et ainsi favoriser le développement des interactions sociales : les formules expressives (e.g., d'excuse [*Lo siento*], de pseudo excuse [*Disculpe que le moleste*], de consentement [*¡Pues claro!*], de récusation [*¡Qué dices!*], de remerciement [*Muchas gracias*], de réponse [*No hay de qué*], de bon augure [*Feliz Navidad*], de solidarité [*¡Váyate por Dios!*] ou de non solidarité [*¡Allá él!*]) ; les formules commissives (e.g., de promesse [*Te doy mi palabra*] ou de menace [*¡Ya verás!* / *¡Cruz y raya!*]) ; les formules directives (e.g., d'exhortation [*Déjame tranquilo*], d'information [*Tú diras* / *¿Qué mosca te ha picado?*] ou d'état d'esprit [*No es para tanto*]) ; les formules assertives (e.g., d'assertion [*Te lo digo yo*] ou émotionnelles [*Madre del amor hermoso*]) ; les formules rituelles de salutation (e.g., *Buenas tardes* / *Dichosos los ojos* / *Hasta luego*) et, enfin, d'autres formules cataloguées comme miscellanées (e.g., *más claro, agua*).

4.7.2.2 Manifestation de la familiarité

Comme le signale Bourdieu (1993 : 1395), la proximité sociale et la familiarité assurent deux des conditions principales d'une communication « non violente ». Nous allons prendre en compte la familiarité au sens commun du terme (i.e., vécu commun professionnel et/ou personnel) ainsi que la familiarité interculturelle (i.e., univers culturel concret) telle qu'elle a été définie par Vittar (2011), ce que nous avons présenté dans la partie théorique (Cf. chapitre 1.3).

4.7.2.3 Manifestation de l'intimité partagée

Nous allons retenir les considérations que nous avons présentées du concept d'intimité dans la partie théorique (Cf. chapitre 1.3), ce que nous considérons comme une connaissance privilégiée de son interlocuteur (i.e., accès à son « jardin secret »).

4.7.2.4 Création de la relation de confiance

Lors des analyses des conversations *ouatsap*, nous allons prendre en considération trois principes qui permettent de mettre en évidence la création de la relation de confiance : les principes de symétrie (i.e., rapports dyadiques dominant / dominé mis en évidence par la langue), de réciprocité (i.e., rapports gagnant-gagnant) et de sincérité (i.e., dire la vérité). Le principe de sincérité sera analysé à partir de l'auto-présentation faite par chaque interlocuteur (i.e., ce que l'interlocuteur dit de soi-même ; cohérence et congruence) et, enfin, par les manifestations linguistiques de la valeur morale de la confiance (i.e., la confiance véhicule des obligations, et ces obligations trouvent une manifestation linguistique dans le discours).

L'image de soi et la courtoisie sont étroitement liées, comme le montrent les travaux de Brown et Levinson (1987), qui considèrent que la courtoisie peut communiquer comme tout message linguistique, ce qui rend possible que certains énoncés qui sont interprétés comme étant courtois véhiculent un message linguistique complet. De plus, ces énoncés peuvent véhiculer le désir explicite de la part de l'énonciateur d'être courtois dans une situation déterminée (Yus, 2010 : 290). Les recherches de Brown et Levinson vont prendre appui sur le concept de *face* (i.e., image), concept évoqué par Goffman (1987) dans le cadre des recherches qu'il a

menées au sujet de l'image publique de chaque personne. Monrand et Ocker (2002) considèrent que cette image devient une valeur sociale positive que chaque personne exige en public et qui est en quelque sorte un reflet de ses qualités personnelles. Cette image va être présentée et, donc, exposée lors de l'interaction. L'estime de soi et l'auto-identité de l'individu résident donc dans cette qualité de présentation, tout comme la crédibilité de celui-ci en tant que membre du groupe social en question (Yus, 2010 : 291).

Lors de l'interaction verbale, cette image publique peut être maintenue ou bien disparaître. Elle est instable et vulnérable, et chaque interlocuteur va essayer de la conserver vis-à-vis des autres interlocuteurs. Yus⁴²⁴ signale que les individus sont conscients de l'existence de certains actes qui menacent non seulement l'image des autres individus mais aussi la leur. Par conséquent, chaque individu va choisir certaines stratégies permettant de réduire cette menace dans ses actes linguistiques, ce qu'il va attendre par ailleurs de la part de ses interlocuteurs / interactants. L'énonciateur va utiliser la courtoisie en raison du dilemme existant entre, d'un côté, la menace qu'un énoncé donné représente pour l'image de son interlocuteur et, de l'autre côté, le désir de l'énonciateur pour que son interlocuteur mène à bien une action concrète. C'est ainsi que l'énonciateur va mitiger dans son discours ce qu'il souhaite imposer en prenant appui sur des stratégies de courtoisie. Par contre, s'il souhaite imposer ses désirs à son interlocuteur, il fera appel à des énoncés brusques et impératifs mettant en évidence le caractère obligatoire de l'action requise. Trois variables vont ainsi déterminer le type de discours : le pouvoir relatif de l'interlocuteur par rapport à l'énonciateur (i.e., un rapport dyadique), la distance sociale entre interlocuteurs (i.e., l'intimité partagée et la familiarité) et, enfin, le degré d'imposition d'un acte donnée vis-à-vis de l'image de l'interlocuteur (i.e., la courtoisie)⁴²⁵.

⁴²⁴ *Ibid.*

⁴²⁵ *Ibid.*, p. 292

TROISIÈME PARTIE. ANALYSE DES DONNÉES

Les données que nous avons recueillies présentent un intérêt majeur pour notre recherche dans la mesure où elles configurent un corpus de 92 conversations *ouatsap* authentiques qui relèvent des pratiques discursives en situation professionnelle.

Comme nous l'avons présenté dans la deuxième partie, notre approche sera ethnométhodologique, interactionnelle et essentiellement qualitative. En effet, nous souhaitons analyser les manifestations de la confiance interpersonnelle et interculturelle dans un corpus de conversations *ouatsap* culturellement et contextuellement situées (i.e., conversations *ouatsap* professionnelles entre la responsable d'une TPE française de la vente de vin naturel et trois de ses partenaires commerciaux espagnols). Si nous avons fait le choix d'apporter quelques données chiffrées, c'est dans un but essentiellement informatif en vue de rendre compte de la fréquence de certains critères.

Notre analyse se fera en deux temps. Dans un premier temps nous allons faire une analyse holistique des données que nous présenterons dans le cinquième chapitre, chapitre que nous avons intitulée étude globale. Nous allons aborder les manifestations de l'infomédiation (i.e., le réseautage, les commandes, les démarches administratives et les conseils professionnels), de l'interopérabilité fonctionnelle et sémantique ainsi que les manifestations de la communication multimodale (recours au courrier électronique, au téléphone et au face à face présentiel). Puis, dans un deuxième temps, nous allons mener une analyse beaucoup plus détaillée du point de vue linguistique que nous présenterons dans le sixième chapitre, chapitre que nous avons intitulée étude analytique. C'est à ce moment que nous aborderons les manifestations de la complicité, de la familiarité et de l'intimité partagée ainsi que les manifestations de la création de la relation de confiance interpersonnelle et interculturelle.

ÉTUDE GLOBALE

Nous allons procéder à l'analyse des manifestations de l'infomédiation, de l'intéropérabilité et de la communication multimodale dans les conversations ouatsap que María entretient avec Jesús, Pedro et Israel.

5.1 L'infomédiation

Nous commencerons notre étude globale en analysant les manifestations de l'infomédiation dans les conversations *ouatsap*. Ces manifestations seront caractérisées par le réseautage entre partenaires commerciaux, les commandes que María va passer à ceux-ci, les questions relatives aux démarches administratives, et par les conseils professionnels et personnels entre interlocuteurs / interactants.

5.1.1 Le réseautage

Nous constatons que María, Jesús, Pedro et Israel font un usage professionnel de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp*. Les conversations *ouatsap* que nous avons analysées nous montrent que cette application facilite le réseautage entre eux. En effet, nous n'avons identifié aucune conversation *ouatsap* faisant référence au réseautage entre María et Jesús. Par contre, nous en avons identifié six entre María et Pedro qui font référence au réseautage professionnel, et dix-sept entre María et Israel à ce même égard (voir tableau n° 12).

Tableau n° 12. Références au réseautage dans les conversations *ouatsap*

Conversations <i>ouatsap</i>		
María - Jesús	María – Pedro	María – Israel
----	2P, 3P, 10P, 11P, 12P, 19P	2L, 5L, 7L, 12L, 14L, 16L, 19L, 23L, 25L, 43L, 45, 47L, 49L, 54L, 55L, 56L, 60L
(0)	(6)	(17)

Il s'agit pour tous d'une mise en relation entre professionnels espagnols du domaine du vin naturel ainsi que des produits régionaux associés au vin (e.g., *jamón*

serrano). Cette mise en réseau est un moyen d'assurer un circuit commercial pour les petits producteurs locaux en dehors des grands réseaux commerciaux, ce qui pour certains cas devient synonyme de survie.

5.1.2 Les commandes

Nous constatons que l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* est un moyen qui permet à María de passer des commandes à ses partenaires commerciaux, ce que nous avons constaté dans les conversations *ouatsap* que María entretient avec Jesús, Pedro et Israel. En effet, nous en avons identifié deux entre María et Jesús ayant pour objet la commande de vin naturel contre quatre conversations *ouatsap* entre María et Pedro et huit entre María et Israel portant sur la commande de vin naturel et des produits régionaux associés (voir tableau n° 13).

Tableau n° 13. Références aux commandes dans les conversations *ouatsap*

Conversations <i>ouatsap</i>		
María - Jesús	María – Pedro	María – Israel
8J, 10J	11P, 13P, 16P, 21P	21L, 28L, 47L, 48L, 49L, 53L, 56L, 57L
(2)	(4)	(7)

➤ Conversations n° 8J et 10J

María et Jesús			Manifestation
N°	Date	Heure	
8J	26/07/2016	09:47:30	Rucio: 60 jabatos y 60 monsters.
10J	01/08/2016	11:28:11	Rucio: A ver... Ya es tarde para avisar a Manu. O sea que vamos a hacerlo normalmente: 120 jabatos, 120 monsters y 48 Tennesseees. Por transporte con emcs ⁴²⁶ . Es posible? Porque Israel no está en Madrid para prestarte el emcs...

Ces conversations mettent en évidence un niveau de langue courant, avec des énoncés qui comportent des ellipses (e.g., « *A ver... Ya es tarde para avisar a Manu. O sea que vamos a hacerlo normalmente: (quiero / me pones) 120 jabatos, 120 monsters y 48 Tennesseees. (Me lo envías) por transporte con EMCS [...]* » conversation n° 10J à 11:28:11).

⁴²⁶ Nous avons mis en gras les éléments les plus pertinents en vue d'une lecture plus efficace.

❖ Conversations n° 11P, 13P, 16P et 21P

María et Pedro			Manifestation
N°	Date	Heure	
11P	28/04/2016	11:20:01	María: Tus vinos me los traes tu...
		11:20:25	María: Porque quiero Pinot Noir también...
13P	21/06/2016	13:25:03	Pedro: El lunes te lo envio
		13:25:16	María: Me puedes (y quieres) mandar vino? [E08]
		13:26:09	Pedro: Que te mando
		13:26:17	María: Te hago una lista por mail
		13:26:27	Pedro: Me queda CHARLEMOS TINTO
		13:26:34	Pedro: Misterio 2015
		13:26:43	Pedro: Rabioso 2014
		13:26:51	María: Pinot?
		13:27:00	Pedro: Nada
		13:27:17	María: Hasta cuando?
		13:27:33	Pedro: Hasta el año que viene
		13:27:52	María: Pues me guardas 48
		16P	20/08/2016
17:07:28	María: Que Israel no me mando		
17:08:07	Pedro: Perfecto! un beso guapa y hasta pronto		
21P	11/10/2016	18:10:18	Hola... Israel me dice que viene solo
		18:10:34	María: Le puedes enviar algo de vino o no te da tiempo?
		18:53:56	Pedro: Que te mando
		20:34:51	María: Pinot noir seguro. Si tienes blanco también. Que Israel es un cielo pero un salvaje con sus blancos
		22:17:06	Pedro: El pinot noir no esta todabía
	12/10/2016	13:30:25	María: Como???? [E07]
		13:30:44	María: Pues 24 blancos y 12 Misterios.
		13:30:56	María: Rabioso que es?
		13:31:01	María: Tienes?
		13:31:43	María: Jope nene que pareces la romanee conti... Hay que reservarte con tiempo...
		14:05:17	María: Mete 12 Rabioso. Asi aprovecho de israel
		19:00:05	María: Y 12 Misterios
		19:46:18	Pedro: No me queda Rabioso, te mando 24 de blanco y 12 de Misterio, ok?
		23:02:51	María: Pues vale...
		23:03:36	María: Pero me avisas cuando tengas los otros

Ces conversations présentent l'intérêt de mettre en valeur la nature des rapports entre María et Pedro. Lors des commandes, María peut se montrer soit directive (e.g., « *Tus vinos me los traes tu...* » [C'est toi qui m'apportes tes vins] conversation n° 11P à 11:20:01) soit conciliante (conversation n° 13P à 13:25:16), mais leurs rapports sont tout de même proxémiques (« *Perfecto! un beso guapa y hasta pronto* » [Parfait! Bisou, ma belle, et à bientôt] conversation n° 16P à 17:08:07). Nous constatons également l'importance du courrier électronique pour passer les commandes, ce que nous analyserons *infra*. Par ailleurs, l'humour est très important dans ce contexte puisqu'il permet de libérer des tensions (e.g., mécanisme

pour libérer la frustration en raison de la rupture de stock, « *Pues me guardas 48* » [Tu me mets 48 bouteilles de côté] conversations n° 13P à 13:27:52 ; « *Jope nene que pareces la romanee conti... Hay que reservarte con tiempo...* » [Bah dis donc, on dirait la romanée conti, il fait réserver du vin longtemps à l'avance] conversation n° 21P à 13:31:43).

❖ Conversations n° 21L, 28L, 47L, 48L, 49L, 53L, 56L et 57L

María et Israel			Manifestation
N°	Date	Heure	
21L	03/06/2016	11:55:20	María: Quieres mandarme algo de vino ahí para ir teniendo algo antes de que subais?
		11:55:36	María: O me lo traes tu todo de una vez?
		12:40:01	Israel: Te lo mando yo, que crees que te debería mandar?
28L	29/07/2016	16:24:43	Israel: Hola guapa. No consigo hablar con el amigo Jesús así que voy a prepararte lo siguiente porque mañana me voy de vacaciones hasta el día 15
		16:28:29	Israel: En el palet va- El vino de Pedro (8 cajas) 3 quesos de colores Un jamón ibérico en trozos y al vacío 2 cajas de Caldo Leré 2 cajas de Ocaso Leré 2 cajas de Jacobino 2 cajas de rosé 2 cajas de Leré 1 caja d Selección 1 caja de Agreste 1 caja de Luz Leré 2 magnum de Cuvee Lucrecia 2 magnum de Barrique Lalo Te parece bien?
		16:34:22	Israel: Por mail te mando las fichas técnicas.
		16:53:46	Rucio: Ok. Te tengo que dar el numero de marras
		09:05:22	Rucio: FRXXXXXXXXXXXX
		12:09:15	Israel: La direccion guapa
		12:10:11	Rucio: Ah claro... 10, rue de la Vigne. 87000 Limoges.
		13:28:47	Rucio: Me harás el emcs no?
		13:28:59	Rucio: Que sino me matan los de la aduana
		13:30:58	Israel: Pero a la vuelta mañana no
		13:35:59	Rucio: Ok. De todos modos lo declaro principios de septiembre porque me llegará en agosto
		15:42:45	Israel: Oui
		47L	11/10/2016
18:12:48	Rucio: Y un poco de queso? Tipo una pieza con pimentón y una con romero. El de vino no tiene tanto éxito. Vaya usted a saber...		
48L	19/10/2016	22:48:31	: Rucio: Compañía es muy raro nene... casi que no me traigas
	20/10/2016	12:47:47	Israel: Una pregunta. Podrías hacerme un favor. Podría hacerle el EMCS con el pedido de Rosa de Angers y luego cancelarlo?
		12:52:14	Israel: Tendrías que hacer una modificación con incidencia y pedir la modificación
49L	21/10/2016	18:10:54	Israel: A ver si te parece bien.
		18:11:04	Israel: Jacobinos 24
		18:11:26	Israel: Caldo compañía 12
		18:11:45	Israel: Leré selección 12
		18:11:57	Israel: Ocaso 12
		18:12:22	Israel: 2 Cuvee Lucrecia
		18:40:10	Israel: Puedes reducir o aumentar lo que quieras
	12:40:13	Rucio: Me va	
53L	02/11/2016	14:05:06	Rucio: Tengo los precios del jamón... pero Raul sigue siendo más barato ? [E25]
		17:13:47	Rucio: En el Jamon es mas barato Raul. El resto no

		17:46:22	Rucio: Te hago un mail con el pedido así lo metes con el vino. Vale,
		17:46:25	Rucio: ?
		17:47:13	Rucio: No mandes antes que quiero embutido
		18:13:39	Israel: Ok
56L	01/12/2016	13:43:23	Rucio: Le he pasado pedido a Chema
		13:43:36	Rucio: Le he dicho que tú irás a por él
		13:45:32	Israel: Ok. Le llamo esta tarde.
		13:46:14	Rucio: Guay. Me metes una botella de tu amigo Marino? Así cato.
		13:46:21	Rucio: [E07]
		13:49:09	Israel: Ok. Si quieres te puedo enviar unos Jacobinos que embotella la semana pasada y que no tienen volátil . Para que tengas algo mio para vender.
57L	08/12/2016	14:14:21	Rucio: Hola nene. Cuando me envías cositas?
		14:37:01	Israel: El viernes
		17:37:50	Rucio: Ok
		17:37:27	Israel: Tres cajas de Jacobino está bien
		17:39:03	Rucio: 2

Nous constatons l'importance des réseaux professionnels dans l'ouverture à l'international des petits producteurs locaux qui n'ont pas les moyens ni les compétences pour vendre à l'étranger (e.g., le fromage et le *jamón serrano* : conversation n° 28L à 16:28:29 ; conversation n° 47L à 18:12:48 ; conversation n° 53L à 14:05:06). Profitant de sa visite professionnelle en France, Israel se propose d'apporter des produits régionaux bio des dits producteurs ainsi que des bouteilles de vin naturel d'autres collègues (e.g., Jesús, conversation n° 28L à 16:24:43 ; Marino, conversation n° 56L à 13:46:14). Lors de la commande il faut tenir compte des difficultés liées à l'EMCS, comme le montrent la conversation n° 28L (à 13:28:47 et à 13:35:59) et la conversation n° 48L (à 12:47:47 et 12:52:14). Nous pouvons remarquer que ces conversations *ouatsap* mettent aussi en évidence l'importance du courrier électronique dans la gestion des commandes, ce que nous allons analyser *infra*. Enfin, la conversation n° 56L fait référence à l'un des défauts des vins naturels, l'acidité volatile⁴²⁷ (i.e., présence de bactéries provoquée par la chaleur, à 13:49:09), ce qui requiert un temps de repos pour les bouteilles.

5.1.3 Les démarches administratives

⁴²⁷⁴²⁷ « L'acidité volatile d'un vin est constituée par la partie des acides gras comme l'acide acétique appartenant à la série des acides qui se trouvent dans le vin soit à l'état libre, soit à l'état salifié. L'acidité volatile donne au vin du bouquet. Mais lorsque la dose d'acide est trop importante, le vin devient trouble et piqué (vinaigré). Ainsi, l'acidité volatile doit-elle être inférieure à 0,60 g/l sinon elle affecte les arômes et durcit la fin de la dégustation ». Dictionnaire du vin en ligne. Disponible à l'adresse <http://www.dico-du-vin.com/acidite-volatile/> (Date de consultation : 30/09/2017)

Nous constatons que l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* est un moyen de médiation en ce qui concerne les démarches administratives menées par María et ses partenaires commerciaux, ce que mettent en lumière les conversations *ouatsap* qu'elle entretient avec Jesús, Pedro et Israel. En effet, nous avons identifié cinq conversations *ouatsap* entre María et Jesús ayant pour objet des démarches administratives communes, huit conversations *ouatsap* entre María et Pedro, et vingt-trois conversations *ouatsap* entre María et Israel (voir tableau n° 14). Ces démarches ont pour objet la gestion, l'organisation et l'envoi des marchandises en France ; l'envoi, la réception et le paiement des factures ; l'envoi et la réception des ECMS ; la transmission des données professionnelles de l'entreprise de María aux partenaires espagnols ; enfin, les démarches menées auprès des douanes, aussi bien en France qu'en Espagne.

Tableau n° 14. Références aux démarches administratives dans les conversations *ouatsap*

	Conversations <i>ouatsap</i>		
	María – Jesús	María – Pedro	María – Israel
Organisation et envoi des marchandises	10J	10P, 11P, 13P, 21P	30L, 49L, 55L, 59L, 60L, 61L, 62L
	(1)	(4)	(7)
Gestion des factures	8J	----	22L, 33L, 43L, 51L, 56L, 57L
	(1)	(0)	(6)
Envoi et réception des EMCS	13J	16P, 20P, 22P	28L, 31L, 34L, 35L, 53L, 58L
	(1)	(3)	(6)
Transmission des données professionnelles	4J, 5J	----	24L
	(1)	(0)	(1)
Démarches auprès des douanes	----	18P	26L, 36L, 65L
	(0)	(1)	(3)
TOTAL	(5)	(8)	(23)

❖ Conversations entre María et Jesús

María et Jesús			Manifestation
N°	Date	Heure	
4J	13/06/2016	18:49:05	Rucio: Rucio. NIE: xxxxxxxxxxxxxxxx. Dirección: 10, rue de la Vigne. 87000 Limoges.
		18:49:52	Rucio: No tengo aún Número de IVA. Me lo dan esta semana.
		19:30:50	El dia no ha acabado jaja estoy dead[E32], te hago factura y me mandas todo ok al fronterear a france[E01]
	14/06/2016	09:02:27	Rucio: Ok. Gracias!!!
5J	17/06/2016	11:39:52	Rucio: Hola!!! No te olvides de enviarme los datos del banco...

	21/06/2016	10:25:13	Rucio: Número de IVA - FR xx xxxxxxxx
		10:28:24	Rucio: Pues tú verás. Yo lo que quiero es pagar[E10]
		10:29:33	Rucio: No me gusta tener deudas[E04]
		10:30:29	Rucio: Tú tienes número de exportación? Como haces con el inglés?
		10:31:12	Rucio: Sino te pago está así a pelo y luego vemos por los pedidos siguientes...
		10:31:21	Jesús: sin papeles y no pagas impuestos??
		10:31:57	Rucio: Los de la aduana aquí no quieren que les pague porque sale a 3€
8J	26/07/2016	12:27:31	Rucio: Ok. Pago hecho
		19:40:17	Rucio: Por saber... 120 botellas cuánto me cuesta en portes
10J	31/07/2016	22:29:29	Jesús: okis, te miro portes
	01/08/2016	09:33:06	Jesús: martes no estoy y miercoles aun no se... te digo portes[E34]
			10:08:48
13J	20/09/2016	07:35:11	Jesús: Te digo esta tarde, el documento que me pasaste no es el emcs electronico que solemos hacer. [E18]
		18:50:06	Jesús: Esta mañana no pude contactar al de hacienda para ver el documento equivalente al de israel que hay que hacer. Dame tiempo para mirarlo y lo bueno es que una vez que aprenda me sirve para otros envios.[E29]

Les conversations *ouatsap* mettent en relief que la transmission des données professionnelles de María est insuffisante, ce qui trouve sa justification sur le fait que María vient de créer son entreprise et que certaines informations ne sont pas toujours disponibles. Malgré ces difficultés administratives, María fait preuve d'honnêteté et de bonne volonté. De son côté, Jesús rencontre également des difficultés dans son ouverture à l'international ; il n'est pas à l'aise dans les démarches administratives auprès des douanes (conversation n° 13J à 07:35:11 et à 18:50:06).

❖ Conversations entre María et Pedro

María et Pedro			Manifestation
N°	Date	Heure	
10P	23/04/2016	19:33:22	Pedro: Si quieres yo te lo yevo
		19:33:51	María: Vale. Le pido las tarifas por mail.
11P	28/04/2016	11:20:25	María: Porque quiero Pinot Noir también...
13P	21/06/2016	13:25:16	María: Me puedes (y quieres) mandar vino? [E08]
		13:26:17	María: Te hago una lista por mail
16P	20/08/2016	16:43:07	María: Oye cielito me mandas el emcs?
		16:43:19	María: Y la factura?
		16:44:18	María: Que me dice Israel que cada uno el suyo
		16:45:36	Pedro: Tienes que mandarme tu mNúmero de emcs y datos fiscales
		16:46:15	María: FRXXXXXXXXXXXX
		16:46:30	María: Eso es accise
		16:46:56	María:FR XXXXXXXXXXXXX
		16:47:00	María: Iva
		16:47:30	María: RUCIO.10 RUE DE LA VIGNE. 87000 LIMOGES

		17:06:47	Pedro: El lunes te envio emcs y factura
		17:06:58	María: Perfecto
		17:07:18	María: Y en octubre me traes aceite
18P	23/08/2016	09:02:40	María: Al parecer hay un problema con mi accisse. Hoy me lo solucionan y te doy el nuevo numero para el emcs
		09:02:55	María: Que horror de papeleo oye..
		10:23:36	Pedro: Eso me ha dicho mi gestor
		10:23:44	Pedro: Te iba a llamar
		12:22:06	María: Te lo doy en cuanto lo tenga
20P	30/09/2016	18:16:15	María: Gracias por el emcs... Me mandas la factura cielo mío?
		18:16:54	Pedro: Está en el mismo email
		18:23:06	María: Ah... Vaya lerdá... Perdona
		16:16:16	María: Ya te pague. Oye Misterio es un bombazo. Cuando tendrás pinot noir?
21P	11/10/2016	18:10:34	María: Le puedes enviar algo de vino o no te da tiempo?
		18:53:56	Pedro: Que te mando
22P	13/10/2016	19:21:13	Pedro: Hola María, nos mandaste el número de EMCS?
		19:46:10	María: Pues claro
		19:46:35	María: Es el mismo de la otra vez
		19:54:13	Pedro: Ok
		19:54:29	Pedro: Gracias! guapa!!

Nous constatons que l'organisation et l'envoi des commandes représente la source principale de problèmes (« *Que horror de papeleo oye* », [Quelle horreur cette paperasse, je te jure] conversation n° 18P à 09:02:55), ce qui trouve son explication sur le manque d'expérience professionnel dans le domaine de la gestion de la part de María car elle vient de créer son entreprise, comme nous l'avons signalé *supra*. La gestion des factures semble également poser des problèmes (e.g., conversation n° 16P à 16:43:19 et conversation n° 20P à 18:16:15), tout comme l'envoi et la réception des EMCS (e.g., conversation 16P à 16:43:07 et conversation n° 22P à 19:21:13)

❖ Conversations entre María et Israel

María et Israel			Manifestation
N°	Date	Heure	
22L	06/06/2016	09:51:05	María: Te envío el mail esta tarde . Estoy viendo con el contable lo que puedo pagar sin número de IVA
24L	12/06/2016	20:50:05	Rucio: Hola. Este es mi teléfono profesional. Por si te llamo y no me reconoces. María[E08]
		22:16:47	Israel: Ok
26L	21/06/2016	10:34:05	Rucio: Hola
		10:34:15	Rucio: Me hago un número de importador
		10:34:26	Rucio: De destinatario registrado
		10:34:37	Rucio: Así podemos funcionar
28L	29/07/2016	16:34:22	Israel: Por mail te mando las fichas técnicas.
		16:53:46	Rucio: Ok. Te tengo que dar el numero de marras
		09:05:22	Rucio: FRXXXXXXXXXXXX
		12:09:15	Israel: La direccion guapa

		12:10:11	Rucio: Ah claro... 10, rue de la Vigne. 87000 Limoges.
		13:28:47	Rucio: Me harás el emcs no?
		13:28:59	Rucio: Que sino me matan los de la aduana
		13:35:59	Rucio: Ok. De todos modos lo declaro principios de septiembre porque me llegará en agosto
30L	09/08/2016	17:55:51	Rucio: Cuando puedas mándame los precios bonito que sino no puedo vender...
		18:13:41	Israel: Ok
		19:33:31	Israel: Caldo, Jacobino y rosado 6 Ocaso y Leré 7 Selección, agreste y luz leré a 11 Cuvee Lucrecia 20 Barrique Lalo 25 Más 1 € de porte me parece bien.
		19:34:59	Rucio: Es lo que me sale más o menos supongo el porte. Los magnum qué son ?
		21:14:21	Rucio: Hablé con Jesús. Su problema es que no sabe hacer emcs . Y tiene una secretaria vieja en Olite que no se aclara . O sea que cuando tú me mandes el tuyo yo se lo mando para que lo copie.
		21:15:04	Rucio: Cuando puedas el precio del jamón y del queso
		21:21:20	Israel: El del jamón creo que la cuenta va en la caja sino luego te digo. Viste los ajos negros? a ver si los puedes vender a 4€ por cabeza.
		21:21:48	Rucio: A ver. Lo intento
		21:21:47	Israel: El del queso te lo digo también en lo que queda dw semana
31L	12/08/2016	11:28:14	Israel: Pues te mando un par de palets en cuanto quieras. [E24]
		20:22:36	Rucio: Tu manda de momento el emcs
33L	19/08/2016	18:18:07	Rucio: Nene mis facturas... [E07]
		18:18:17	Rucio: Todo bien?
34L	20/08/2016	15:16:38	Rucio: Por cierto que me ha reservado mesa el de las aduanas... Mándame el emcs por el amor de dios
		15:17:16	Israel: El lunes te lo hago. Mandame otra vez todos tus datos.
		15:18:10	Rucio: Noooo! Pareces Jesús... [E04]
		15:19:44	Rucio: Rucio: FRXXXXXXXXXXXX 10 rue de la Vigne, 87000 Limoges
		15:20:36	Rucio: Así está noche el aduanero se toma una copa de Leré ilegal
		15:21:00	Israel: Ese es el accise o el de tva?
		15:22:11	Israel: Si es que mi gestor está de vacaciones hasta el domingo. Pedro te lo mandó ya?
		15:25:02	Rucio: Es el accise
		15:25:38	Israel: Necesito también el del extracomunitario
		15:28:22	Rucio: FR XXXXXXXXXXXXX
		15:37:07	Rucio: Pedro me tiene que hacer un emcs también?
		15:37:21	Rucio: O tú lo centralizas?
		15:38:09	Israel: Pedro el suyo y yo el mío que yo no soy distribuidor
		15:38:47	Israel: Para hacerlo yo tengo que meter sus vinos en mis libros
15:39:14	Rucio: Ok se lo pido		
15:39:24	Israel: Y hacerle una factura dw compra y tu pagaremos a mi		
35L	22/08/2016	12:21:46	Israel: María pregunta. Lo de enmedio del accise es una O o un cero?
		12:24:02	Rucio: Una O
		12:24:34	Israel: Ok por eso nos daba fallo, luego te cuento
36L	23/08/2016	08:06:48	Rucio: Oye explícame lo que le tengo que pedir a las aduanas... Cuál es exactamente el problema? Por qué no me puedes hacer el emcs?
		08:19:36	Israel: Porque en la base de datos de las aduanas españolas apareces como operador pero no tienes habilitada la recepción directa. Esto antes no daba problema porque el documento se hacía en papel,el anterior DA500 y el funcionario lo arreglaba . Ahora al ser electrónico no nos deja hacer el emcs
		08:20:58	Israel: Con otros chicos de Francia me ha pasado igual y al final hemos tenido que hacer una factura con iva y sacar el vino del régimen suspensivo.

		08:21:15	Rucio: Igual es que soy una lerda y no he activado algo en internet
		08:21:35	Rucio: Que me explicaron algo que no entendí
		08:22:26	Rucio: Había que activar algo en Gamma y no entendí el qué y luego el tipo se largó de vacaciones y no lo hice. Los llamo y veo.
		08:55:11	Rucio: Me van a dar otro número. Lo generan hoy. Mañana estará activo.
		08:55:35	Rucio: Dice que solo les pasa con España... [E22]
		09:45:14	Israel: Efectivamente. Spain is different
43L	19/09/2016	10:34:56	Israel: Si el que te envíe
		10:35:38	Rucio: Les pido la factura ? Entiendo lo de Jesús, es como viajar con un extraterrestre
		10:36:34	Israel: Si claro que te hagan precio de amigo de Israel, ya sabes los amigos de mis amigos son mis amigos.
49L	22/10/2016	12:40:29	Rucio: Oye los del jamón trabajan hoy?
		12:40:37	Rucio: Me das el número?
		13:02:10	Israel: No
		13:02:14	Israel: Lo siento
		13:02:32	Israel: Lo llamó yo. Que necesitas
		13:04:10	Rucio: El precio de lo que tengo, el cebo. Y los precios de bellota, jamón, lomo, chorizo y sobrasada.
		13:04:24	Rucio: No puedo decidir sin precio
		17:19:18	Rucio: Hola
		17:19:31	Rucio: Noticias jamoneras ?
		19:58:22	Israel: Nada cerrados. Para matarte
		20:16:53	Rucio: Pos si
51L	26/10/2016	18:22:59	Rucio: Oye y la factura del queso ?
		19:19:26	Israel: Aún no la tengo
53L	02/11/2016	12:18:15	Rucio: DIME
		12:18:54	Rucio: Me mandas el emcs ?
55L	29/11/2016	11:18:50	Rucio: O sea que Jesús no quería venderme vino a mi que soy importador pero ahora le tengo que comprar a un importador porque se ha puesto a trabajar con un tipo de san Juan luz...
		11:19:01	Rucio: [E20]
		11:20:08	Rucio: Le paso un pedido a Ricardo y si no hay problema para él, te lo manda a tu bodega. Y tú lo metes con el resto
	30/11/2016	19:25:12	Rucio: Jesús se ha puesto las pilas y ahora quiere hacer un emcs pero tengo que enviarle un modelo. Que cansada me tiene
		19:25:24	Rucio: Paso
		19:28:28	Israel: Pues si, pasa y punto. Porque se tenía que poner las pilas de otra manera. Es un comodón
56L	01/12/2016	13:49:58	Rucio: Vale. Te he pagado esta mañana
		13:50:10	Rucio: Se me había traspapelado la factura
		13:50:13	Rucio: Perdóname
		13:52:26	Israel: Jajajajaja. No te preocupes. Ni me había fijado.
		13:53:45	Rucio: Me da mucho apuro olvidarme de pagar
		13:54:23	Israel: A mi no, no te preocupes. Jajajaja
		21:16:38	Rucio: Por cierto que no he pagado aún el queso
		22:16:29	Israel: Pues ya tengo la factura . Luego te hago una, ok
		22:16:57	Israel: Pero tendrá que ser con IVA . Bueno lo pregunto, no lo se.
		22:17:56	Rucio: Con IVA?
		22:18:14	Rucio: Pero como lo recupero?
		22:20:10	Israel: Lo miro, tranquila castiza.
		22:26:30	Rucio: Mételo como curso de cara
		22:26:35	Rucio: Cata
		22:26:39	Rucio: [E10]
		22:31:33	Jajajaja. Eso es solo para profesionales
57L	09/12/2016	17:44:10	Israel: Quesos? tengo uno de cada aquí en la cámara
		17:44:50	Rucio: No he pagado ninguno aún

		17:44:55	Rucio: [E22]
		17:45:12	Rucio: Será que no tengo la factura
		17:45:44	Israel: No jodas no puede ser, voy a hablar ahora mismo con administración
		18:15:23	Israel: Dime direccion
		18:48:12	Rucio: 10, rue de la Vigne. 87000 Limoges
		18:51:28	Israel: A buenas horas. Ya se han ido.
		19:23:16	Rucio: Vaya si que trabajan poco...
		19:23:20	Rucio: [E10]
58L	14/12/2016	12:56:09	Rucio: Holà
		12:56:23	Rucio: Me has enviado algo?
		13:39:50	Israel: Si pero esta parado porque hace falta emcs . Voy a hablar con Pedro
		13:43:49	Rucio: Ah...
		13:44:24	Rucio: Mierda
		13:44:38	Rucio: Lo llamas tú porfi???
		13:45:42	Israel: Si no te preocupes.
		13:46:01	Rucio: [E14]
59L	15/12/2016	17:29:38	Rucio: Nene que no me llega na!!!
		17:30:56	Israel: No tengo info ninguna.
		17:32:33	Rucio: Y puedes llamar
		19:34:42	Rucio: Neneeee
		19:35:26	Israel: Que no saben naaaa. Mañana me llaman
		20:05:14	Rucio: Vale
60L	16/12/2016	12:16:22	Rucio: Tienes noticias ? Que estoy sin chorizo... [E06]
		13:01:22	Ahora los artistas de la agencia francesa no contestan a los correos.
		13:26:47	Rucio: Dame el número
		14:57:06	Rucio: Y los llamo yo
		15:03:26	Israel: No lo tengo. Es mi agencia la que no recibe respuesta de la francesa.
		15:04:01	Rucio: ¡me cago en sus [E32]!
		15:04:27	Rucio: Yo quiero mi chorizo
		15:06:49	Rucio: Que agencia es?
		15:08:08	Israel: Ni idea
61L	19/12/2016	22:40:23	Rucio: Tienes noticias del camión?
62L	20/12/2016	10:53:40	Rucio: Me llegaron las cajas
		10:53:58	Rucio: [E11][E11][E27][E27][E27]
		11:20:06	Israel: Ole ole. Ya esta bien.
65L	27/12/2016	09:21:19	Rucio: Oye Israel que estoy en las aduanas y me dicen que tu gestor hace los emcs dando 12h de margen para la llegada de la mercancía . Y eso me impide registrarla cuando llega. Con lo que te arriesgas a pagar tú los impuestos...
		09:21:55	Rucio: Tienes que decirle que me dé al menos 7 días de margen
		09:22:35	Rucio: Os hago un mail a ti y a Pedro porque me pasa lo mismo con él
		12:34:57	Rucio: Lo he arreglado con la aduana por los otros pedidos. Comprueba con los impuestos que no te carguen el iva

María et Israel ont un rapport commercial de longue date, bien antérieur à la création de Rucio, l'entreprise de María. Les conversations *ouatsap* montrent l'importance du flux commercial entre les deux partenaires. Ce flux commercial rencontre une série d'obstacles, comme les problèmes dérivés de la gestion des ECMS et à son importance dans le cadre de la transaction commerciale (« *mándame el ecms por el amor de Dios* » [envoie-moi l'EMCS, bon sang], conversation n° 34L à

15:16:38), le respect des délais de livraison des marchandises, où le nom « *noticias* » [des nouvelles] est très récurrent (« *que si no me matan los de la aduana* » [Sinon je me fais tuer par les gens de la douane], conversation n° 28L à 13:28:59) ; « *te arriesgas a pagar tú los impuestos* » [c'est toi qui risque de payer les impôts], conversation n° 65L à 09:21:19), ainsi que l'envoi des factures (« *Nene, mis facturas* » [Mes factures, mon petit], conversation n° 33L à 18:18:07), leur paiement et l'envoi regroupé des commandes. Les conversations mettent en évidence les difficultés rencontrées par les Espagnols lors de l'élaboration de l'EMCS (e.g., calcul des délais de livraison, conversation n° 65L à 09:21:55) et dans la transmission des informations fiscales via le système informatique européen, ce qui semble poser beaucoup de problèmes aux Espagnols (« *Con otros chicos de Francia me ha pasado igual y al final hemos tenido que hacer una factura con iva y sacar el vino del régimen suspensivo* » [Il m'est arrivé la même chose avec d'autres garçons de France, et finalement nous avons été contraints de faire une facture avec la TVA et sortir le vin du régime suspensif], conversation n° 36L à 08:20:58 ; « *tendrá que ser con IVA* » ~ « *Pero como lo recupero?* » [Ça sera avec la TVA ~ Mais je le récupère comment ?], conversation n° 56L à 22:16:57 et 22:18:14).

5.1.4 Les conseils professionnels

Nous observons que l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* est un moyen qui permet à María d'obtenir un conseil professionnel auprès d'un partenaire commercial et vice-versa, ce que nous constatons dans les conversations *ouatsap* que María entretient avec Israel. En effet, nous avons identifié trois conversations *ouatsap* entre María et Israel ayant pour objet un conseil professionnel mutuel, et une conversation entre María et Jesús (voir tableau n° 15, p. 250). Par contre, nous n'avons identifié aucune conversation *ouatsap* entre María et Pedro. Ces conseils portent sur les caractéristiques des vins naturels, sur les remèdes contre le mildiou (i.e, le phylloxéra) ainsi que sur les associations envisageables entre le *jamón serrano*, le fromage et vin naturel.

Tableau n° 15. Références aux conseils professionnels dans les conversations *ouatsap*

Conversations <i>ouatsap</i>		
María - Jesús	María – Pedro	María – Israel
5J	----	30L, 34L, 48L
(1)	(0)	(3)

❖ Conversations entre María et Jesús

María et Jesús			Manifestation
N°	Date	Heure	
5J	21/06/2016	10:32:17	Rucio:Tienes una solución para el mildiou?
	21/06/2016	10:32:26	Rucio:Mi chico está desesperado
	21/06/2016	10:32:47	Jesús: agua con ozono ...te lo paso mañana en mail también

Dans cet échange conversationnel, María profite de l'occasion pour demander conseil à Jesús sur les remèdes contre le mildiou des vignes puisque son compagnon est désespéré par l'invasion de ce microorganisme. Le mildiou est un oomycète très invasif originaire d'Amérique du Nord signalé pour la première fois en France en 1879 dans les vignobles bordelais, et dont les symptômes sont l'apparition de plages décolorées, jaunes, d'aspect huileux sur la face supérieure des feuilles, puis la formation sur la face inférieure d'un duvet blanc assez dense constitué de conidiophores et de conidies. Le tissu altéré brunit et se dessèche. Le faciès « mosaïque » du mildiou est plutôt observé en fin de saison sur les feuilles âgées. L'attaque de mildiou se manifeste par de petites taches polyédriques de couleur jaune à brun-rouge nombreuses et limitées par les nervures⁴²⁸.

❖ Conversations entre María et Israel

María et Israel			Manifestation
N°	Date	Heure	
30L	09/08/2016	14:38:28	Rucio: Oye ocase qué es?
		14:40:49	Israel: Blanc de noir de tinto Concha
		14:41:11	Rucio: [E22]
		19:34:59	Rucio: Es lo que me sale más o menos supongo el porte. Los magnum qué son ?
		19:42:58	Rucio: Agreste es dulce?
		19:43:03	Israel: Cuvee Lucrecia es 2014 airén y vijiriega,80-20 fermentado y criado 6 mese en barrica ,sólo magnum. Barrique Lalo es 13, 100% petit verdot.
		19:47:17	Rucio: Ocase es seco?
		19:47:44	Israel: No es un crianza mixta, velo-oxidativa de varias añadas de airén. 2011-2014 una sola barrica de 600 litros y cada año se sacan 200 botellas y se refresca con vino nuevo

⁴²⁸ Informations recueillies de l'adresse <https://www.vignevin-sudouest.com/publications/fiches-pratiques/mildiou.php> (Date de consultation : 30/09/2017)

		19:48:30	Rucio: Eso es salvaje
		19:48:49	Rucio: Tú haces Jura en la mancha
		20:43:43	Rucio: Resumen: Agreste es jura y Ocaso ?
		20:53:34	Israel: Blanc de noir de tinto Concha
		20:54:41	Rucio: Si ya... Seco no? Que tú eres capaz de todo [E10]
		21:08:15	Israel: Jajajajaja que grande eres. Si es seco,el año pasado fue con residual porque no quiso terminar. Así que perdí unas 100 botellas que el tapón voló
34L	20/08/2016	15:23:08	Israel: Que tal el jamón y los quesos?
		15:23:22	Israel: Se sincera porfa.
		15:25:02	Rucio: Es el accise
		15:25:38	Israel: Necesito también el del extracomunitario
		15:25:54	Rucio: El jamón muy rico. Lo probé con el sumiller del Maréchal Leclerc
		15:27:27	Rucio: El queso es estupendo. Un exitazo. Pero necesito saber los precios porque no sé si lo estoy vendiendo bien
		15:27:51	Rucio: El queso al vino necesita un maridaje con vino blanco
		15:28:03	Rucio: Sino queda tapado por el tinto
		15:30:13	Israel: Pues puede que con el que mejore vaya el queso al vino sea el Blanc de noir.
		15:31:14	Rucio: Seguro.
		15:31:41	Rucio: El jamón lo acordamos con un muscat oxidativo de unai
		15:31:46	Rucio: Una bomba
		15:44:46	Israel: Que tal el queso al pimentón y al romero. No habrán sido fáciles de maridar
		15:45:16	Rucio: El pimentón con ganas
		15:45:20	Rucio: Gamay
		15:45:54	Rucio: El romero con grenache blanca
15:46:23	Israel: Bien buscados. Ole mi niña		
		15:49:53	Israel: Cuandoe has dicho que el queso al vino tenía que ir con un blanco, pensé inmediatamente en una cerveza artesana que hacen aquí con mosto de chardonnay.
48L	19/10/2016	22:48:31	Rucio: Compañía es muy rarito nene... casi que no me traigas
		22:49:28	Rucio: Qué le has hecho?
		22:51:36	Israel: No le he hecho nada. Echar la uva y punto.
		22:51:58	Rucio: [E10]
		22:52:18	Rucio: Esa oxidación es normal?
		22:53:16	Israel: No es oxidación es maceración
		22:55:43	Rucio: Ah...

Les conversations entre María et Israel portent souvent sur les vins naturels :

- les cépages (e.g., *airén*, *vigiriega* et grenache blanc : raisins blancs d'origine espagnole / petit verdot : raisin rouge d'origine française / muscat : cépages blancs ou noirs d'origine grecque / gamay : cépage rouge d'origine française) ;
- les types de vins (e.g., *vino seco* [vin sec, moins de 4 gr de sucre par litre] / *vino dulce* [vin liquoreux de plus de 50 g/l]) ;
- la couleur (*vino tinto* [vin rouge] / *vino blanco* [vin blanc]) ;

- les caractéristiques des vins (e.g., blanc de noir [employé pour les champagnes, et ce qui veut dire que le champagne, qui est blanc d'apparence, a été élaboré à partir de cépages rouges, tels que le pinot noir et le pinot meunier⁴²⁹]) ;
- l'origine (e.g., le Jura, en Franche-Comté [vins blancs issus de deux cépages, le Chardonnay, le Savagnin, et vins rouges issus des cépages Poulsard, Trousseau et Pinot noir]) ;
- le processus d'élaboration des vins (e.g., « *fermentado y criado seis meses en barrica* » [fermenté et vieilli six mois en barrique], conversation n° 30L à 19:43:03 / « *crianza mixta, velo-oxidativa de varias añadas* » [vieillissement mixte du vin de plusieurs millésimes, d'abord un vieillissement biologique avec l'autolyse des levures (*velo*, de "*velo de flor*", "la maladie de la fleur" : voile levurien qui se développe en contact de l'air en surface du vin), et puis un vieillissement oxydatif où le vin va subir une oxygénation en entrant en contact avec l'air dans les barriques de chêne] ; « *maceración* » [macération : la macération va permettre au jus de raisin, alors incolore, de capter les tanins, la couleur et certains arômes. Pour élaborer des vins rouges de longue garde, une macération longue est préconisée alors que pour l'élaboration de rosé, cette macération ne durera que quelques heures⁴³⁰]) ;
- les associations qui vont avec les vins (*jamón serrano* et *queso con pimentón y romero* [fromage au paprika et au romarin]).

5.1.5 Les conseils personnels

Nous constatons que l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* est un moyen qui permet à María d'obtenir un conseil personnel auprès d'un partenaire commercial. En effet, nous avons identifié une conversation *ouatsap* entre María et Jesús ayant pour objet un conseil personnel (conversation 3J). María se rend dans la région où travaille Jesús et lui demande des suggestions à propos des restaurants où elle pourrait manger. Il s'agit d'une question qui relève du domaine personnel (i.e., conseil sur le restaurant ou le bar où elle peut aller manger), mais qui intervient dans le cadre de son déplacement professionnel en Espagne. Par ailleurs, nous n'avons

⁴²⁹ Informations recueillies de l'adresse <http://www.larvf.com/blanc-de-noirs-definition-dictionnaire-du-vin-vocabulaire-lexique,10355,4025461.asp> (Date de consultation : 30/09/2017)

⁴³⁰ Informations recueillies de l'adresse <http://www.larvf.com/maceration-definition-dictionnaire-du-vin-vocabulaire-lexique,10355,4025525.asp> (Date de consultation : 30/09/2017)

identifié aucune conversation *ouatsap* entre María et Pedro ni entre María et Israel ayant pour objet un conseil personnel.

María et Jesús			Manifestation
N°	Date	Heure	
3J	12/06/2016	20:48:27	Rucio: Pensión Camargo... 10 es guay. Donde puedo ir a comer algo en este pueblo?
		21:01:18	Jesús: Yo estoy en sojuela, si no tomabamos algo...mejor das vuelta por la plaza y te guias por instinto...o haces dieta...mañana podemos tomar algun pincho en laguardia, ahi controlo mas que en fuen[E01][E03]
		21:03:07	Rucio: Eso haré. [E01]

Cette conversation présente l'intérêt de mettre en relief les us et coutumes en Espagne (« tomar algún pincho » [manger des tapas])

5.2 Interopérabilité

Nous allons analyser les manifestations de l'interopérabilité dans les conversations *ouatsap*. Dans un premier temps, nous allons analyser l'interopérabilité fonctionnelle et ensuite l'interopérabilité sémantique parce qu'elles rendent compte de l'intérêt technologique de l'utilisation de cette application.

5.2.1 Interopérabilité fonctionnelle

Nous observons que l'interopérabilité fonctionnelle de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* présente un véritable intérêt professionnel pour María et ses partenaires commerciaux parce que cette application permet l'envoi et la réception d'un contact (qui sera enregistré sur les contacts du téléphone portable), une adresse de courrier électronique (qui sera directement reconnue par le courrielleur installé sur le téléphone portable), une adresse internet (qui sera directement reconnue par le navigateur installé sur le téléphone portable) ainsi que l'envoi et la réception d'images, de photographies, de fichiers vidéos, audio et des messages vocaux. En effet, nous avons identifié deux conversations *ouatsap* entre María et Jesús dans lesquelles ils ont échangé une adresse de courrier électronique professionnel et un fichier. En ce qui concerne María et Pedro, nous avons identifié deux conversations *ouatsap* dans lesquelles ils ont échangé quatre images et une adresse web. Quant à María et Israel, nous avons identifié seize conversations

ouatsap dans lesquelles ils ont échangé un contact professionnel, un message vocal, un fichier vidéo, deux adresses web, cinq adresses de courrier électronique professionnel, six fichiers photo et dix-sept images (voir tableau n° 16).

Tableau n° 16 Interopérabilité fonctionnelle dans les conversations *ouatsap*

Conversations <i>ouatsap</i>		
María - Jesús	María – Pedro	María – Israel
4J, 12J	4P, 7P, 9P, 12P	1L, 5L, 7L, 8L, 9L, 11L, 13L, 17L, 20L, 34L, 43L, 50L, 63L, 64L
(2)	(4)	(14)

5.2.1 Interopérabilité sémantique

Nous constatons que l'interopérabilité sémantique de l'application présente un véritable intérêt professionnel pour María et ses partenaires commerciaux. En effet, nous avons identifié une conversation *ouatsap* entre María et Jesús ayant pour objet un problème de compréhension lié à la saisie prédictive / intuitive de l'application lors de la composition du message. Par ailleurs, nous avons identifié deux conversations *ouatsap* entre María et Israel portant sur un problème de compréhension lié à la saisie prédictive / intuitive du message rédigé par María ainsi qu'un problème d'interprétation des caractères de l'*accise* (i.e., voyelle « O » ou chiffre zéro « 0 ») (voir tableau n° 17).

Tableau n° 17 Interopérabilité fonctionnelle dans les conversations *ouatsap*

Conversations <i>ouatsap</i>		
María - Jesús	María – Pedro	María – Israel
7J	----	34L, 35L
(1)	(0)	(2)

❖ Conversations entre María et Jesús

María et Jesús			Manifestation
N°	Date	Heure	
7J	21/07/2016	10:16:56	Rucio: Y te hago un mail con un pedido convences
		10:17:06	Rucio: Con emcs
		10:17:22	Rucio: Que esta mierda escribe lo que quiere.,.

Cette conversation montre les problèmes occasionnés par la saisie prédictive des mots, qui est à l'origine du bruit de communications dans l'échange conversationnel entre María et Jesús.

❖ Conversations entre María et Israel

María et Israel			Manifestation
N°	Date	Heure	
34L	20/08/2016	15:45:16	Rucio: El pimentón con ganas
		15:45:20	Rucio: Gamay
		15:45:37	Rucio: Que el teléfono escribe solo...
35L	22/08/2016	12:21:46	Israel: María pregunta. Lo de enmedio del accise es una O o un cero?
	22/08/2016	12:24:02	Rucio: Una O
	22/08/2016	12:24:34	Israel: Ok por eso nos daba fallo, luego te cuento

Nous retrouvons ici le même problème que dans la conversation 7J que nous avons analysé *supra*. L'origine du problème n'est pas la saisie prédictive de l'application *WhatsApp* mais l'interprétation qu'Israel fait du contenu sémantique (i.e., la différence entre le chiffre 0 et la consonne O), considéré lui-aussi en tant que système qui interagit avec l'application.

5.3 La communication multimodale

Nous allons procéder à l'analyse des manifestations de la communication multimodale dans les conversations *ouatsap*. Cette manifestation sera mise en lumière grâce aux mentions faites à la communication par courrier électronique, aux appels téléphoniques ou à la communication en face à face présenteielle.

5.3.1 Recours au courrier électronique

Les conversations *ouatsap* que nous avons analysées entre María et chacun de ses partenaires commerciaux espagnols mettent en évidence leur utilisation du courrier électronique professionnel. En effet, nous avons identifié six conversations *ouatsap* entre María et Jesús portant sur l'utilisation du courrier électronique pour l'envoi d'informations et/ou des documents contre cinq conversations *ouatsap* entre María et Pedro et trois conversations *ouatsap* entre María et Israel (voir tableau n° 18, p. 256). Ces conversations font allusion à l'envoi ou à la réception des

courriers électroniques professionnels entre les différents interlocuteurs et mettent en évidence l'objet de cette messagerie électronique interposée. En effet, les interlocuteurs / interactants ont recours au courrier électronique pour toute question liée aux démarches administratives à caractère officiel (i.e., envoi des ECMS ; détail des commandes ; tarifs des vins). Ces documents, généralement transmis au format *pdf*, sont souvent enregistrés dans un ordinateur personnel (fixe ou portable). Par ailleurs, ces documents requièrent également la présence d'une imprimante à portée de main pour leur gestion administrative ultérieure.

Tableau n° 18. Références au courrier électronique dans les conversations *ouatsap*

Conversations <i>ouatsap</i>		
María - Jesús	María – Pedro	María – Israel
4J, 5J, 7J, 10J, 11J, 12J	2P, 8P, 10P, 13P, 20P	10L, 22L, 55L
(6)	(5)	(3)

5.3.2 Recours au téléphone

Les conversations *ouatsap* entre María et ses partenaires commerciaux espagnols font allusion à l'utilisation des appels téléphoniques entre eux. En effet, nous avons identifié deux conversations *ouatsap* entre María et Jesús et entre María et Pedro contre sept conversations *ouatsap* entre María et Israel (voir tableau n° 19). Nous constatons que les appels téléphoniques entre María et ses partenaires commerciaux ont généralement lieu quand apparaît un problème de compréhension qui requiert un choix rapide de l'un des interlocuteurs. Les appels téléphoniques interviennent également dans le cadre de la médiation professionnelle avec des tierces personnes.

Tableau n° 19 Références au courrier électronique dans les conversations *ouatsap*

Conversations <i>ouatsap</i>		
María - Jesús	María – Pedro	María – Israel
1J, 10J	13P, 18P	10L, 22L, 55L
(2)	(2)	(3)

5.3.3 Recours au face à face présentiel

Les conversations *ouatsap* que nous avons analysées mettent en lumière l'existence d'un face à face présentiel entre María et ses partenaires commerciaux espagnols (voir tableau n° 20). En effet, nous avons identifié six conversations *ouatsap* entre María et Jesús, quatre conversations entre María et Pedro et cinq conversations *ouatsap* entre María et Israel qui mettent en évidence leur rencontre (une fois avec Jesús, deux fois avec Pedro, et plusieurs fois avec Israel, ce que María nous a confié).

En ce qui concerne les conversations entre María et Jesús, nous constatons qu'elle se déplace en Espagne dans un but professionnel pour rencontrer Jesús avant d'initier leur rapport commercial. Par ailleurs, nous constatons également que María s'est déplacé en Espagne à plusieurs reprises pour chercher du vin. Ces déplacements professionnels sont justifiés dans la mesure où elle vient d'ouvrir sa boutique au public : elle avait donc besoin de marchandise pour sa boutique, et les déplacements en Espagne en voiture lui ont permis de minimiser les frais.

Les conversations *ouatsap* entre María et Pedro mettent en évidence l'importance des foires internationales du vin en vue de rencontrer ses partenaires commerciaux et de faire connaissance de nouveaux partenaires (e.g., *Vins Nus - Saló de vins naturals* à Barcelone) ce qui représente, de toute évidence, une mise en réseau entre professionnels. Quant aux conversations *ouatsap* entre María et Israel, elles montrent que les déplacements d'Israel en France ont également un but commercial.

Tableau n° 20. Recours au face à face présentiel dans les conversations *ouatsap*

Conversations <i>ouatsap</i>		
María - Jesús	María – Pedro	María – Israel
2J, 3J, 4J, 8J, 10J, 14J	1P, 8P, 10P, 21P	18L, 41L, 42L, 46L, 47L
(6)	(4)	(5)

5.4 Conclusions sur l'approche globale

L'analyse globale des conversations *ouatsap* que nous avons analysées nous apportent des résultats intéressants. En effet, nous constatons que :

- la mise en relation avec des tierces personnes travaillant dans le domaine du vin naturel par le biais de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* est proportionnelle au niveau de confiance existant entre María et ses trois partenaires commerciaux, ce qui justifie le nombre de conversations *ouatsap* que María a entretenu à ce sujet avec Israel (17), Pedro (6) et Jesús (0). Nous interprétons donc ces résultats comme étant directement liés au niveau de confiance entre ces derniers ;

- le nombre de conversations *ouatsap* portant sur les commandes que María a passées à ses partenaires commerciaux espagnols laisse présager le niveau de confiance existant entre elle et chacun de ses partenaires : Israel (8), Pedro (4) et Jesús (2) ;

- les questions relatives aux démarches administratives par le biais de cette application est proportionnel au niveau de confiance existant entre María et ses partenaires commerciaux, ce qui justifie le nombre de conversations *ouatsap* que María a entretenu à ce sujet avec Israel (23), Pedro (8) et Jesús (5), ce qui par ailleurs justifie la portée du flux commercial existant entre María et chacun de ses partenaires ;

- la demande de conseil professionnel par le biais de cette application est directement liée à la solidité et à la stabilité du rapport de confiance existant entre María et ses partenaires commerciaux, ce qui explique le nombre de conversations *ouatsap* qu'elle a entretenu à ce sujet avec Israel (8), Pedro (4) et Jesús (2) ;

- la demande de conseil personnel dans le cadre professionnel du vin naturel par le biais de cette application est pratiquement inexistante entre María et ses partenaires commerciaux. Nous en concluons que cette application n'est jamais

utilisée par ceux-ci dans un but personnel, et ce malgré leur niveau de confiance interpersonnelle ;

- l'interopérabilité fonctionnelle de cette application dans le cadre professionnel intervient et facilite le travail de María et de ses partenaires commerciaux espagnols. Cette interopérabilité augmente en fonction du niveau de confiance existant entre María et Jesús (2), María et Pedro (4) et María et Israel (16), ce que nous interprétons comme étant directement lié au niveau de confiance interpersonnelle et interculturelle entre eux ;

- l'interopérabilité sémantique de cette application présente un intérêt majeur lors des démarches administratives pour la compréhension et le bon fonctionnement des systèmes, y compris les personnes. Toutefois, ces résultats ne permettent pas de mettre en relation l'interopérabilité sémantique avec le niveau de confiance existant entre María et ses trois partenaires commerciaux. Par contre, nous considérons que l'interopérabilité sémantique a un impact positif sur la confiance interculturelle entre les différents acteurs ;

- le courrier électronique est un recours complémentaire dans les interactions professionnelles qui ont lieu sur cette application. Les mentions à l'envoi ou à la réception de courriers électroniques dans les conversations *ouatsap* est moins importante entre María et Israel (3) qu'entre María et Jesús (6) et entre María et Pedro (5). Nous interprétons ces résultats comme étant une conséquence directe des habitudes de fonctionnement de chaque binôme, une sorte de familiarité organisationnelle entre partenaires commerciaux qui se connaissent mutuellement, ce qui est révélateur de la création de confiance interculturelle ;

- les appels téléphoniques sont un recours complémentaire dans les interactions professionnelles qui ont lieu sur cette application. Les références aux appels téléphoniques dans les conversations *ouatsap* rendent compte du flux commercial existant entre María et Israel (7), María et Pablo (2) et María et Jesús (2). Nous considérons que ce mode de fonctionnement est révélateur du niveau de confiance existant entre María et ses trois partenaires commerciaux, ce qui témoigne de la création de confiance interculturelle.

- la rencontre entre María et ses interlocuteurs est un paramètre indispensable pour la continuité de leurs rapports commerciaux. Par ailleurs, les déplacements de Pedro et d'Israel en France ont un but commercial (i.e., la vente de vin naturel et d'autres produits régionaux associés au vin), mais ces déplacements professionnels sont également un moyen pour consolider leur relation avec María, ce qui aura pour conséquence un renfort de leur confiance, celle-ci devenant ainsi plus solide et stable, ce qui va mettre en évidence le caractère incrémental de la confiance. Nous considérons que ce mode de fonctionnement est révélateur de la création de confiance interpersonnelle et interculturelle entre María et ses partenaires commerciaux espagnols.

ÉTUDE ANALYTIQUE

Nous allons procéder à l'analyse des manifestations de la complicité, de la familiarité et de l'intimité partagée dans les conversations que María entretient avec les Jesús, Pedro et Israel ainsi que des manifestations qui rendent compte de la création de la relation de confiance dans celles-ci.

6.1 La manifestation de la complicité

Nous allons procéder à l'analyse de la manifestation de la complicité en prenant appui sur trois critères : l'alternance de contextes, l'utilisation de formules stéréotypées et de l'humour, et le niveau de langue courant.

6.1.1 Alternance de contextes

Nous constatons une alternance entre les contextes professionnel et personnel dans les conversations *ouatsap* entre María et Jesús, María et Pedro et, enfin, María et Israel. Lors d'une même conversation, cette alternance peut intervenir une seule fois à l'intérieur d'un même tour de parole (i.e, alternance contextuelle simple) ou bien à plusieurs reprises à l'intérieur de celui-ci (i.e., alternance contextuelle multiple). Le tableau n° 21 rend compte du nombre de conversations *ouatsap* qui présentent soit un contexte exclusivement personnel, soit un contexte exclusivement professionnel, soit un contexte professionnel et personnel entre María et chacun de ses trois partenaires commerciaux (voir tableau n° 21, p. 263). Nous en avons indiqué le pourcentage par rapport au nombre total de conversations.

Par ailleurs, nous avons fait le choix de considérer les conversations 6J et 27L comme étant professionnelles. En effet, lors d'une mise à jour, la société *WhatsApp* informe aux utilisateurs des améliorations apportées à l'application, ce qui va avoir une influence dans les communications professionnelles entre María et ses partenaires commerciaux espagnols car ils font un usage professionnel de celle-ci.

Tableau n° 21. Alternance de contextes dans les conversations *ouatsap*

	Conversations <i>ouatsap</i>		
	María - Jesús	María - Pedro	María - Israel
Contexte exclusivement personnel	1 (7,2 %)	3 (13 %)	5 (7,6 %)
Contexte exclusivement professionnel	10 (71,4 %)	14 (60,9 %)	43 (66,2 %)
Contexte professionnel et personnel	3 (21,4 %)	6 (26,1 %)	17 (26,2 %)
Total	14 (100 %)	23 (100 %)	65 (100 %)

Nous pouvons constater que dans les trois cas, le contexte exclusivement professionnel est majoritaire avec presque 70 % des conversations, tandis que 20 % concerne seulement les deux contextes, et 10% à peine le contexte exclusivement personnel.

6.1.1.1 Conversations *ouatsap* entre María et Jesús

Nous avons identifié une conversation qui relève d'un contexte exclusivement personnel, dix conversations relevant d'un contexte exclusivement professionnel et trois conversations qui mettent en évidence une alternance contextuelle multiple (voir tableau n° 22).

Tableau 22. Alternance de contextes dans les conversations *ouatsap* entre María et Jesús

	Conversations	
Contexte exclusivement personnel	3J	(1)
Contexte exclusivement professionnel	1J, 5J, 6J, 7J, 8J, 9J, 10J, 11J, 13J, 14J	(10)
Contexte professionnel et personnel	2J, 4J, 12J	(3)

❖ Conversation n° 2J

08/06/2016 14:37:44: Jesús: **Aloha!! He hablado con Israel y el me envia el viernes sus cosicas(queso...) y yo lo recibo el lunes. Asi que cambio todo el plan mio de el lunes al martes y te veo lunes por la mañana. Si tienes bañador acabamos en la piscina, que ldoia (mi chica) seguro que quiere piscina[E01]**⁴³¹

⁴³¹ Nous avons mis en gras et couleur verte le contexte professionnel, et en gras et couleur rouge le contexte personnel dans les conversations *ouatsap* de notre analyse en vue d'une lecture plus efficace.

08/06/2016 14:41:08: Rucio: Sois todos unos tesoros. Hace ya tiempo de piscina???? Guay!! Me alegre de que no me cites a las 6! [E04]
08/06/2016 17:17:37: Jesús: A las 6 solo hay lagartos y se pasea la muerte en bicicleta jot jot lunes nos vemos!! [E30]

Les deux tours de parole de Jesús comportent une alternance contextuelle multiple. Son premier tour de parole commence dans un contexte professionnel et finit dans un contexte personnel ; par contre, son dernier tour de parole commence dans un contexte personnel et finit dans un contexte professionnel. Nous constatons que le contexte personnel est enveloppé visuellement par le contexte professionnel dans l'ensemble de la conversation, ce qui va circonscrire le rapport entre María et Jesús.

❖ *Conversation n° 4J*

13/06/2016 09:58:00: Jesús: Te recojo con furgonetas blanco, estoy fuera[E01]
13/06/2016 10:01:48: Jesús: estoy fuera del bar en la furgoneta blanca[E03]
13/06/2016 10:05:32: Rucio: Que bar? Que furgoneta?
13/06/2016 10:05:55: Jesús: dime donde estas y voy!!
13/06/2016 10:06:16: Rucio: Delante del bar
13/06/2016 10:06:52: Rucio: Desigual
13/06/2016 10:07:16: Jesús: voy
13/06/2016 18:49:05: Rucio: Rucio. NIE: xxxxxxxxxxxxxxxx. Dirección: 10, rue de la Vigne. 87000 Limoges.
13/06/2016 18:49:52: Rucio: No tengo aún Número de IVA. Me lo dan esta semana.
13/06/2016 18:50:38: Rucio: Mail: rucio@gmail.com
13/06/2016 19:05:04: Rucio: Y millones de gracias por este día. Ha sido genial. Nos vemos en Francia!!!
13/06/2016 19:30:50: Jesús: El día no ha acabado jaja estoy dead[E32], te hago factura y me mandas todo ok al frontear a france[E01]
13/06/2016 22:18:17: Jesús: frontera pasada con vino??
14/06/2016 07:34:08: Rucio: Si si. Pasamos por el bosque como los etarras
14/06/2016 07:34:17: Rucio: [E04]
14/06/2016 09:02:27: Jesús: ya no quedan de esos jaja. te paso factura a mediodía por mail y si quieres no la archivo y la pagas sin iva. Mas para control de gastos con tu socia que otra cosa. [E31]
14/06/2016 09:11:12: Rucio: Ok. Gracias!!!

La rencontre présentielle entre María et Jesús intervient dans un but professionnel, raison pour laquelle nous considérons que les premiers échanges conversationnels entre Jesús et María ont lieu dans un cadre professionnel (de 09:58:00 à 10:07:16). Ils vont passer la journée ensemble à la piscine avec la compagne de Jesús (entre 10:07:16 et 18:49:05), ce qui rend compte de l'importance d'un vécu personnel partagé entre partenaires commerciaux. Après leur rencontre, et conformément à ce qui a été convenu entre les deux interlocuteurs, María reprend la

conversation *ouatsap* dans un contexte professionnel (18:49:05). Nous considérons que la négociation commerciale continue son déroulement sur l'application *WhatsApp* à ce moment précis puisque María transmet à Jesús ses données fiscales (de 18:49:05 à 18:50:04). María va finir son tour de parole dans un contexte personnel pour remercier son partenaire commercial de la journée qu'ils ont passée ensemble à la piscine (19:05:04). Quant à Jesús, il reprend la conversation dans un contexte personnel afin de répondre aux remerciements de María pour la journée passée ensemble, et il continue la conversation dans un contexte professionnel (i.e., alternance contextuelle multiple). A partir de ce moment, leurs tours de parole successifs se dérouleront dans le cadre professionnel (i.e., alternance contextuelle simple) puisque l'attention est portée aux bouteilles de vin que María a emmenées en France. La conversation prend fin quand arrive à destination la marchandise (14/06/2016 à 09:11:12). Par ailleurs, María doit payer les bouteilles de vin à Jesús, moment où prendra fin la transaction commerciale (conversation n° 8J, le 26/07/2016 à 12:27:31).

Par conséquent, nous constatons que le contexte personnel est enveloppé visuellement par le contexte professionnel dans cette conversation, ce qui va circonscrire la nature du rapport entre María et Jesús (i.e., rapport professionnel).

❖ Conversation n° 12J

16/09/2016 12:42:19: Rucio: Estas vendimiando?
16/09/2016 12:56:50: Jesús: nooo es muy pronto para nosotros y hoy llueve
16/09/2016 12:57:14: Jesús: [E36][E36][E36][E36]
16/09/2016 12:57:32: Jesús: [E38][E38][E38][E38][E38]
16/09/2016 12:59:05: Rucio: Aquí igual. Te he mandado el mail con el emcs
16/09/2016 12:59:10: Jesús: que tal tu [E39]rucio??
16/09/2016 12:59:20: Rucio: Pues cabalgando
16/09/2016 12:59:26: Rucio: [E10]
16/09/2016 12:59:33: Jesús: mañana miro mails[E01]
16/09/2016 12:59:37: Rucio: Podrás mandarme cositas?
16/09/2016 12:59:44: Jesús: siiii
16/09/2016 12:59:51: Jesús: no problem
16/09/2016 13:00:14: Jesús: pero que dejen sol a los israeles
16/09/2016 13:00:21: Jesús: [E05]
16/09/2016 13:00:45: Jesús: te lo miro proxima semana
16/09/2016 13:01:05: Rucio: Ok. Pero mándame eh???
16/09/2016 13:01:17: Jesús: Siiii
16/09/2016 13:01:20: Rucio: Y vente con Israel finales de octubre
16/09/2016 13:01:44: Jesús: en octubre si vendimio
16/09/2016 13:02:04: Jesús: finales de mes y octubre
16/09/2016 13:02:36: Jesús: 2016-09-16-PHOTO-00000123.jpg <fichier joint>

16/09/2016 13:02:39: Jesús: [E36][E36][E36][E36][E36]
16/09/2016 13:03:02: Jesús: haciendo lluvia de[E40]
16/09/2016 13:03:24: Jesús: [E37][E37][E37][E37][E37]
16/09/2016 13:03:32: Jesús: [E40][E40][E40][E40]
16/09/2016 13:03:56: Rucio: ???
16/09/2016 13:04:07: Jesús: jajaja
16/09/2016 13:04:12: Jesús: taluego!!
16/09/2016 13:04:25: Rucio: [E14]
16/09/2016 13:04:33: Jesús: [E01]

María propose à Jesús de venir passer quelques jours en France en compagnie d'Israel. Nous considérons que cette proposition est propre à un contexte personnel car Israel rappelle à María, par la suite, ses contraintes professionnelles, liées à la vendange, ce qui va recadrer la conversation dans un contexte professionnel. Nous pouvons constater que celui-ci est également enveloppé par le contexte professionnel, ce qui va circonscrire le rapport entre María et Jesús.

6.1.1.2 Conversations ouatsap entre María et Pedro

Nous avons identifié trois conversations qui relèvent d'un contexte exclusivement personnel, quatorze conversations relevant d'un contexte exclusivement professionnel et six conversations qui mettent en évidence une alternance contextuelle multiple (voir tableau n° 23).

Tableau 23. Alternance de contextes dans les conversations ouatsap entre María et Pedro

	Conversations	
Contexte exclusivement personnel	4P, 6P, 7P	(3)
Contexte exclusivement professionnel	1P, 2P, 8P, 10P, 11P, 13P, 14P, 15P, 16P, 17P, 18P, 19P, 20P, 22P	(14)
Contexte professionnel et personnel	3P, 5P, 9P, 12P, 21P, 23P	(6)

❖ Conversation n° 3P

05/08/2015 12:19:12: María: Hola niño! Como vas? Quien hace vino de verdad en la rioja? Igual me paseo por ahí un par de días.
05/08/2015 12:20:43: Pedro: Hola guapa, mira en internet y busca "Vinos Sueños", dile que me conoces...
05/08/2015 12:22:53: María: Eres un cielo. Yo les he hablado de ti a una pareja que van a nerja. Si te llaman es de mi parte. Dos médicos guapisimos.
05/08/2015 12:22:57: María: [E09]
05/08/2015 12:23:31: Pedro: Gracias!
05/08/2015 12:27:49: María: Se llaman Javier y Mateo. Por si te llaman.
05/08/2015 12:28:13: Pedro: Perfecto!

24/08/2015 20:08:28: Pedro: Acaban de irse, encantadores, ahí llevas algunas botellas para ti, Gracias
05/08/2015 20:12:28: María: Eres un cielote
05/08/2015 20:12:33: María: [E14]
05/08/2015 20:13:03: Pedro: Son pareja?
05/08/2015 20:13:23: María: Si. Desde hace una eternidad!
05/08/2015 20:15:14: María: Son guapos verdad?
05/08/2015 20:42:33: Pedro: Guapísimo s!!!

Cette conversation met en évidence la volonté de María de se rapprocher émotionnellement de Pedro. María sait que son partenaire commercial est homosexuel ; elle a beaucoup d'amis homosexuels dans son entourage et souhaite établir un lien empathique avec Pedro au travers de l'orientation sexuelle de celui-ci, ce qui justifie la volonté de María pour ramener la conversation vers un contexte personnel (i.e, alternance contextuelle multiple à 12:22:53). Quant à Pedro, il fait preuve d'empathie également mais nous considérons qu'il va mettre en valeur le rapport professionnel qui existe entre eux au travers du geste commercial qu'il a envers María (i.e. alternance contextuelle multiple à 20:08:28). Le contexte personnel clôt la conversation, ce que nous interprétons comme une volonté mutuelle de créer un rapport proxémique.

❖ *Conversation n° 5P*

03/09/2015 13:02:13: María: Mi niño pi noir tiene madera?
03/09/2015 13:02:26: María: Es una bomba atomica
03/09/2015 13:35:42: Pedro: Si 6 meses
03/09/2015 13:36:21: María: Es una maravilla... Madera vieja no?
03/09/2015 13:36:50: María: Creo que podría beberme una barrica entera. Eres un maestro
03/09/2015 13:37:29: María: Estas vendimiando? He visto las fotos del guapísimo Pablo....
03/09/2015 13:37:51: Pedro: Si, acabó la semana que viene
03/09/2015 13:38:37: María: Bueno pues en cuanto me den el bar ya puedes venirte
03/09/2015 13:38:42: María: [E15]
03/09/2015 13:39:00: Pedro: Bien
03/09/2015 13:47:51: María: De verdad que es muy bueno. Y los chicos han vuelto encantados contigo. Gracias
03/09/2015 14:19:18: Pedro: Gracias a ti, guapísima

Nous constatons également la volonté de María de mener la conversation dans un contexte personnel (i.e, alternances contextuelles multiples à 13:37:29 et 13:47:51), ce que nous interprétons comme une volonté de sa part pour gagner la confiance de Pedro. Le contexte personnel clôt la conversation, ce que nous interprétons aussi comme une volonté manifeste de créer un rapport proxémique.

❖ Conversation n° 9P

21/04/2016 21:41:11: María: **Queridos amigos: Os anuncio la apertura de mi bar/bodega. Os propongo, pido, ruego y suplico que participéis al crowfounding. Os estaré eternamente agradecida y os espero detrás de la barra. Descubridlo rápido: <http://bit.ly/XXXXXXX>**

Nous considérons que cette conversation présente une alternance des contextes personnel et professionnel consciemment réfléchi dans la mesure où elle répond de toute évidence à l'esprit du financement participatif (i.e., María souhaite faire participer ses amis dans un nouveau projet professionnel qui lui tient à cœur, ce qui est révélateur des rapports de confiance). Le vocatif est révélateur du caractère impersonnel du message (« *Queridos amigos* », i.e., chers amis). Nous retrouvons le même message dans la conversation n° 17L, menée entre María et Israel, ce qui est révélateur des fonctionnalités de l'application *WhatsApp* (i.e., copier-coller). María considère Pedro comme étant un ami, ou bien l'amitié devient un argument de force pour María afin de contraindre les destinataires du message (i.e., venir à l'aide d'un ami en difficulté financière puisque l'amitié peut créer des obligations).

❖ Conversation n° 12P

10/05/2016 22:55:41: María: <image omise>
10/05/2016 22:55:53: María: Hola Pedrito!!
10/05/2016 22:56:24: María: Te esperamos!!
10/05/2016 22:58:19: Pedro: Joer! Que buen trio de bellezas
10/05/2016 22:59:04: María: Sobre todo ellos... No hagas caso a las copas que son un horror y el vino peor...
10/05/2016 22:59:31: María: A ver cuando llegáis!!
10/05/2016 22:59:33: Pedro: Mañana salgo para londres
10/05/2016 23:00:02: María: Eres un hombre de mundo
10/05/2016 23:00:29: María: Los chicos dicen que cuando vengas te alojan
10/05/2016 23:00:39: Pedro: Creo que para junio subimos
10/05/2016 23:00:51: Pedro: Ah! Estupendo!
10/05/2016 23:01:07: Pedro: dales un abrazo de mi parte
10/05/2016 23:01:31: María: A ver si consigo abrir para mediados de junio
10/05/2016 23:01:46: María: Que os echo de menos!!!
10/05/2016 23:01:56: Pedro: Si subo es para finales
10/05/2016 23:02:11: Pedro: Nos acordamos de ti
10/05/2016 23:02:22: Pedro: Acordamos
10/05/2016 23:02:43: María: Aquí estaremos
10/05/2016 23:03:22: Pedro: Ok, un beso fuerte
10/05/2016 23:03:39: María: Besos!!

Cette conversation présente deux niveaux de lecture. En effet, l'alternance contextuelle multiple de 22:59:04 associe un contexte personnel (i.e., le couple

d'amis homosexuels qui est venu rendre visite à Pedro chez lui, à Nerja) avec un contexte professionnel (i.e., le soin du détail et le savoir-faire de María), ce que nous interprétons comme une volonté de sa part pour gagner la confiance de Pedro en lui montrant des affinités. Le contexte personnel clôt également la conversation.

❖ *Conversation n° 21P*

11/10/2016 18:10:18:	María: Hola... Israel me dice que viene solo
11/10/2016 18:10:34:	María: Le puedes enviar algo de vino o no te da tiempo?
11/10/2016 18:53:56:	Pedro: Que te mando
11/10/2016 19:49:26:	Pedro: Cuandi se va israel
11/10/2016 20:34:51:	María: Pinot noir seguro. Si tienes blanco también. Que Israel es un cielo pero un salvaje con sus blancos
11/10/2016 20:34:59:	María: El 23 creo
11/10/2016 22:17:06:	Pedro: El pinot noir no esta todabia
12/10/2016 13:30:25:	María: Como???? [E07] _
12/10/2016 13:30:44:	María: Pues 24 blancos y 12 Misterios.
12/10/2016 13:30:56:	María: Rabioso que es?
12/10/2016 13:31:01:	María: Tienes?
12/10/2016 13:31:43:	María: Jope nene que pareces la romanee conti... Hay que reservarte con tiempo...
12/10/2016 14:05:17:	María: Mete 12 Rabioso. Asi aprovecho de israel
12/10/2016 19:00:05:	María: Y 12 Misterios
12/10/2016 19:46:18:	Pedro: No me queda Rabioso, te mando 24 de blanco y 12 de Misterio, ok?
12/10/2016 23:02:51:	María: Pues vale...
12/10/2016 23:03:36:	María: Pero me avisas cuando tengas los otros
12/10/2016 23:03:56:	Pedro: Vale
12/10/2016 23:04:06:	Pedro: Te avusaré
12/10/2016 23:06:55:	María: [E15] _
12/10/2016 23:07:06:	María: Te voy a echar de menos loco
12/10/2016 23:07:22:	María: Tendrás que venir a verme
12/10/2016 23:07:38:	Pedro: En enero subo
12/10/2016 23:08:06:	María: Ah!
12/10/2016 23:08:28:	María: Yo cierro a principios de enero
12/10/2016 23:08:37:	María: Unos 10 días
12/10/2016 23:08:43:	María: Voy a Salamanca
12/10/2016 23:10:20:	María: A Israel le das la factura?
12/10/2016 23:10:50:	Pedro: Si
12/10/2016 23:11:09:	Pedro: Pero subo a finales
12/10/2016 23:13:08:	María: Perfectisimo
12/10/2016 23:13:27:	María: Y te paras aquí o te hago un escándalo
12/10/2016 23:17:42:	María: [E05]
12/10/2016 23:18:19:	Pedro: Jeje
12/10/2016 23:19:05:	María: Vendrá tu chico?
13/10/2016 09:26:55:	Pedro: Creo que si
13/10/2016 12:13:25:	María: [E15]

Nous constatons la volonté de María de ramener la conversation vers un contexte personnel avec l'objectif de mettre en place un rapport empathique avec Pedro. Par ailleurs, le contexte personnel va clore la conversation.

❖ Conversation n° 23P

25/10/2016 09:33:45: María: Hola! Oye que Israel se olvidó mis cajas de tus vinos. Así que me he quedado con 1 Misterio y 1 Charlemos de las cajas de Carlos.
25/10/2016 09:34:57: María: Pataqq
25/10/2016 09:35:37: María: Para que lo sepas... Y no me hagas un emcs de lo que esta en Pozuelo.
25/10/2016 11:27:01: Pedro: Vaya plan! llevaría la furgoneta llena, como se le va ha olvidar?
25/10/2016 11:27:29: Pedro: Quieres que te haga EMCS para solo 2 cajas?
25/10/2016 16:18:24: María: Pues se dijo que lo metia lo ultimo y se lo dejó... Pues no se por el emcs. Es una paliza para tu gestor por 12 botellas...
25/10/2016 16:19:33: María: Pero es que necesito la factura para pagarte
25/10/2016 16:19:36: Pedro: Por eso te lo digo
25/10/2016 16:19:38: María: [E07]
25/10/2016 16:20:09: María: Como lo hacemos? Lo metes en la factura del total y lo declaramos en enero?
25/10/2016 16:20:30: Pedro: Perfecto!
25/10/2016 16:20:42: María: Total son 20 céntimos yo que yo hago de fraude...
25/10/2016 16:20:45: María: [E07]
25/10/2016 16:22:01: María: Y el pobre Carlos que lo he despojado... Soy una villana
25/10/2016 16:22:46: Pedro: Mejor te hubiera enviado yo el pedido
25/10/2016 16:23:33: María: Ya... No pasa nada. Luego le echas la bronca al manchego
25/10/2016 16:24:02: María: Que sepas que te perdiste una cena de filet mignon en hojaldre que te cagas
25/10/2016 16:24:07: María: [E05]

Cette conversation est révélatrice de la volonté de María pour établir un lien empathique et proxémique. L'ensemble de la conversation se déroule dans un contexte professionnel mais María ramène la conversation vers un contexte personnel qui va la clore, ce que nous interprétons comme une volonté de sa part pour gagner la sympathie de Pedro (i.e., ne pas être considérée comme un risque pour lui).

6.1.1.3 Conversations ouatsap entre María et Israel

Nous avons identifié cinq conversations qui relèvent d'un contexte exclusivement personnel, quarante-trois conversations relevant d'un contexte exclusivement professionnel et seize conversations qui mettent en évidence une alternance contextuelle multiple (voir tableau n° 24, pp. 270-271).

Tableau n° 24. Alternance de contextes dans les conversations *ouatsap* entre María et Israel

Conversations		
Contexte exclusivement personnel	4L, 8L, 9L, 52L, 63L	(5)

Contexte exclusivement professionnel	5L, 6L, 11L, 12L, 13L, 14L, 15L, 16L, 18L, 19L, 20L, 21L, 22L, 23L, 24L, 25L, 26L, 30L, 31L, 35L, 36L, 38L, 39L, 41L, 42L, 44L, 45L, 46L, 48L, 49L, 50L, 51L, 54L, 55L, 56L, 57L, 58L, 59L, 60L, 61L, 62L, 64L, 65L,	(43)
Contexte professionnel et personnel	1L, 2L, 3L, 7L, 10L, 17L, 28L, 29L, 32L, 33L, 34L, 37L, 40L, 43L, 47L, 53L	(16)

❖ Conversation n° 1L

08/06/2015 10:47:46: Israel: <image omise> Idea para la fruit
08/06/2015 10:50:22: María: Poner a Evaristo en la barra? [E10] se ha pedido un plátano? [E12]
08/06/2015 11:01:10: Israel: Jajaja [E12][E12][E12][E12][E12][E12]
08/06/2015 11:01:29: Israel: No se ha pedido una pera, jajaja
08/06/2015 11:04:31: María: Pedidle hoy un banana split de postre...
08/06/2015 11:05:01: María: Estoy haciendo 20 llamadas a la vez para esta mierda de bar
08/06/2015 11:05:16: María: Si consigo cogerlo mas me vale que funcione
08/06/2015 11:05:21: María: [E21]
08/06/2015 11:22:04: Israel: Bon courage mon ami
08/06/2015 11:22:29: María: Ya te digo... Courage y lo siguiente

Nous constatons que dans cette conversation le contexte personnel précède le contexte professionnel. Maria fait part à Israel de ses inquiétudes ainsi que des difficultés qu'elle rencontre dans l'entreprise où elle travaille. En effet, cette entreprise est en liquidation judiciaire et elle souhaite la reprendre. Elle rend manifeste cette inquiétude professionnelle, et la partage avec Israel.

❖ Conversation n° 2L

17/06/2015 11:28:15: María: Hola. Tu podrías coger a un crio en practicas 3 meses a partir de ya? Un amigo necesita enviar a su hijo en stage para validar no se que estudios...
17/06/2015 11:32:35: Israel: Pues ahora precisamente complicado, porque el trabajo no abunda hasta la vendimia y además esta Lucrecia que va a necesitar de mi ayuda cada día mas. Nos queda muy poco para que llegue el bebe
17/06/2015 11:32:40: Israel: Lo siento
17/06/2015 11:34:27: María: No pasa nada. No es tan amigo como para que me preocupe... [E02]
17/06/2015 11:34:39: María: Como está Lucrecia?
17/06/2015 11:35:24: María: Yo sigo con el papeleo. Si se te ocurre un nombre para un bar....
17/06/2015 11:47:56: Israel: Bien, cada día menos ágil y mas privada pero bien, esperemos que no haga mucho calor.
17/06/2015 11:48:30: Israel: Pensare en un nombre de bar

María demande à Israel s'il peut accueillir en stage le fils d'un ami. Le contexte professionnel d'Israel dépend fortement de sa situation personnelle. En effet, la compagne d'Israel est enceinte et va bientôt accoucher ; la présence d'Israel

auprès de sa femme l'oblige à laisser temporairement un peu de côté ses obligations de vigneron. Il nous semble important de porter l'attention sur le tour de parole où María avoue à Israel que l'ami dont elle parle n'est pas un ami assez proche pour s'inquiéter de l'impossibilité de trouver un stage professionnel pour l'enfant de celui-ci (11:34:27), ce qui nous renvoie à la dimension instrumentale de la notion d'amitié : l'amitié devient un réseau d'influence (Cf.chapitre 3.2.4.1).

❖ *Conversation n° 3L*

11/07/2015 13:38:18: María: Hola! Ya eres papa?
11/07/2015 14:54:44: Israel: Hola María, no aun no, Lucrecia esta bien, pero con este calor un poco molesta. La fecha prevista es para el 21
11/07/2015 14:54:57: Israel: Y tu como vas?
11/07/2015 15:11:12: María: Para mi cumple!! Pues en el paro. Aburrida. A la espera de noticias. Pobre Lucrecia tiene que estar cocida de calor...
13/07/2015 09:00:30: Israel: Jo lo siento por lo del paro y por no felicitarte, jo vaya cabeza, porque me aviso Facebook.
13/07/2015 09:01:13: Israel: Feliz cumpleaños retrasado amiga, espero que esta racha pase pronto todo vaya a mejor
13/07/2015 09:01:37: Israel: Aun no soy padre, sale de cuentas para el 21
13/07/2015 15:46:10: María: No.. Es mi cumple el 20... Para cuando nace tu bebé

María commence la conversation dans un contexte personnel afin de savoir si la compagne d'Israel a déjà accouché. Israel profite également de l'occasion pour prendre des nouvelles de María (14:54:57), ce que nous interprétons ici comme étant essentiellement un contexte personnel. Le tour de parole qui suit (15:11:12) commence dans un contexte personnel ; il est suivi d'un contexte professionnel qui revient par la suite dans un contexte personnel (i.e., le contexte professionnel est enveloppé par deux contextes personnels), ce que nous interprétons comme une volonté de la part de María de porter l'attention sur les inquiétudes actuelles d'Israel. Par contre, les deux tours de parole successifs d'Israel (09:00:30 et 09:01:13) présentent une alternance contextuelle multiple dans lesquels le contexte personnel est enveloppé par le contexte professionnel, ce que nous interprétons comme une volonté de la part de Jesús de porter l'attention sur les inquiétudes actuelles de María. C'est ainsi que la prise en compte des inquiétudes du partenaire commercial va déterminer le contexte de la conversation.

❖ *Conversation n° 7L*

09/10/2015 11:03:06: Israel: <image omise>

09/10/2015 11:03:08: Israel: <image omise>
09/10/2015 11:03:13: Israel: <image omise>
09/10/2015 11:03:14: Israel: <image omise>
09/10/2015 11:03:15: Israel: <image omise>
09/10/2015 11:03:15: Israel: <image omise>
09/10/2015 11:03:16: Israel: <image omise>
09/10/2015 11:03:17: Israel: <image omise>
09/10/2015 11:03:21: Israel: <image omise>
09/10/2015 11:03:21: Israel: <image omise>
09/10/2015 11:12:42: María: Jope que guapisimo!! Va a ser el segunda linea mas guapo del equipo!
09/10/2015 16:07:13: María: Oye. También necesito alguien que haga manchego en bio...
09/10/2015 16:07:27: María: Que coñazo que te doy verdad?
09/10/2015 16:07:37: María: [E07]
09/10/2015 16:14:23: Israel: La tengo, Jorgelina, no piblem
09/10/2015 16:25:18: Israel: [E07]
09/10/2015 16:25:40: María: Creo que vas a ser mi base de operaciones...

Il nous semble important de signaler que le dernier échange que María a eu avec Israel date du 05/08/2015 à 22:24:48, c'est-à-dire, deux mois avant la conversation n° 7L. Israel commence la conversation avec l'envoi de dix photographies à caractère personnel. Les images qu'Israel a envoyées à María cherchent à resserrer le lien personnel existant entre eux. En effet, nous interprétons que ces images présentent une triple fonction : elles renvoient à la vie personnelle d'Israel, elles sont révélatrices de son état émotionnel et cherchent à maintenir le contact avec María (i.e., fonctions référentielle, expressive et phatique). À partir de 16:07:13 la conversation va se dérouler dans un contexte exclusivement professionnel, ce qui corrobore le caractère phatique de l'envoi des images.

❖ Conversation n° 10L

15/02/2016 11:54:53: María: Aunque pases de mis mails yo te quiero igual... Como estas?

Cette conversation présente l'intérêt de mettre en évidence la dimension affective qui définit les rapports professionnels entre María et Israel : María affirme privilégier l'amitié au travail, mais nous interprétons ce tour de parole comme un moyen rhétorique pour attirer l'attention d'Israel (i.e., *captatio benevolentiae*).

❖ Conversation n° 17L

21/04/2016 21:40:58: María: Queridos amigos: Os anuncio la apertura de mi bar/bodega. Os propongo, pido, ruego y suplico que participéis al crowdfunding. Os estaré eternamente agradecida y os espero detrás de la barra. Descubridlo rápido: http://bit.ly/XXXXXXX

Cette conversation présente les mêmes caractéristiques que la conversation n° 9P et poursuit le même objectif. María considère Israel et Pedro comme étant des amis, ou bien l'amitié devient un argument de force pour María afin de contraindre les destinataires du message (i.e., venir à l'aide d'un ami en difficulté financière puisque l'amitié peut créer des obligations).

❖ *Conversation n° 28L*

29/07/2016 16:24:43: Israel: Hola guapa. No consigo hablar con el amigo Jesús así que voy a prepararte lo siguiente porque mañana me voy de vacaciones hasta el día 15
29/07/2016 16:28:29: Israel: En el palet va- El vino de Pedro (8 cajas) 3 quesos de colores Un jamón ibérico en trozos y al vacío 2 cajas de Caldo Leré 2 cajas de Ocaso Leré 2 cajas de Jacobino 2 cajas de rosé 2 cajas de Leré 1 caja d Selección 1 caja de Agreste 1 caja de Luz Leré 2 magnum de Cuvee Lucrecia 2 magnum de Barrique Lalo Te parece bien?
29/07/2016 16:34:22: Israel: Por mail te mando las fichas técnicas.
29/07/2016 16:53:46: Rucio: Ok. Te tengo que dar el numero de marras
30/07/2016 09:05:22: Rucio: FRXXXXXXXXXXXX
30/07/2016 12:09:15: Israel: La direccion guapa
30/07/2016 12:10:11: Rucio: Ah claro... 10, rue de la Vigne. 87000 Limoges.
30/07/2016 12:10:24: Rucio: Jesús está desaparecido
30/07/2016 12:12:31: Israel: Hoy he recibido un mensaje que está disponible.
30/07/2016 12:13:39: Rucio: Disponible para qué? Porque pasa de mis mensajes mogollos
30/07/2016 12:15:11: Israel: Ok. Saldrá el lunes
30/07/2016 12:15:20: Rucio: Eres un amor
30/07/2016 12:15:35: Rucio: Donde vais de vacaciones?
30/07/2016 12:15:46: Israel: Es que lo llamaba y salía como no disponible
30/07/2016 12:18:11: Israel: Acabamos de llegar a Brujas y de aquí a Calais con la familia de Lucrecia. A la playa del norte, que bastante calor paso ya
30/07/2016 12:18:42: Rucio: [E12][E12]
30/07/2016 13:28:47: Rucio: Me harás el emcs no?
30/07/2016 13:28:59: Rucio: Que sino me matan los de la aduana
30/07/2016 13:30:58: Israel: Pero a la vuelta mañana no
30/07/2016 13:35:59: Rucio: Ok. De todos modos lo declaro principios de septiembre porque me llegará en agosto
30/07/2016 15:42:45: Israel: Oui

Nous pouvons constater que le contexte personnel introduit par María à 12:15:35 est placé entre deux tours de parole qui font l'objet d'un contexte professionnel de négociation, et qui va initier et finir la conversation, ce qui met en évidence la nature même du lien existant entre María et Israel (i.e., rapport professionnel).

❖ *Conversation n° 29L*

06/08/2016 12:45:14: Rucio: Hola. Qué tal en el frío norte?
06/08/2016 12:45:35: Rucio: Tú sabes cuándo me llega el vino?
06/08/2016 16:20:53: Israel: Pues hoy tenemos 27 grados y no llueve a ratos. Esto es cojonudo.

06/08/2016 16:22:17: Israel: Pues me llamaron ayer para pedirme tu teléfono, yo creía que llegaba ayer. Entonces no te llegará hasta el lunes. Hoy no puedo llamar a ningún sitio. El lunes a primera hora llamé y te cuento.
06/08/2016 17:38:01: Rucio: Ok porque el lunes no estoy aquí por la mañana
06/08/2016 17:38:17: Rucio: Voy a comprar maderas para las estanterías de la bodega
06/08/2016 17:39:07: Rucio: Porque lo metí todo a saco y como que no puede ser
06/08/2016 18:20:41: Israel: Jajajajaja, pues nada a colocar. Pues llamé por la mañana y te cuento

Nous considérons que María commence la conversation dans un contexte personnel dans un but essentiellement phatique et en vue d'introduire, par la suite, l'objet de la conversation qui s'inscrit dans un contexte professionnel évident. En effet, l'intérêt principal de María est de savoir à quel moment elle va recevoir les bouteilles de vin qu'elle a achetées à Israel ; nous considérons que les références aux conditions climatiques du nord de la France (i.e., contexte personnel) sont un prétexte mobilisé par María afin d'atténuer son impatience vis-à-vis du retard dans la livraison (12:45:35).

Conversation n° 32L

17/08/2016 17:56:26: Rucio: Hola
17/08/2016 17:56:41: Rucio: Ya de vuelta al calor?
17/08/2016 21:44:15: Rucio: Oye atardecer esta buenísimo
17/08/2016 21:44:25: Rucio: [E28][E28][E15][E15]

Israel n'intervient pas activement dans la conversation car il n'y a pas de tour de parole de sa part ; María commence la conversation dans un contexte personnel pour ensuite continuer sur un contexte professionnel. L'absence de réponse de la part d'Israel rend compte des contraintes professionnelles des vigneron, qui ne sont pas toujours joignables et/ou disponibles, ce que María nous a confirmé.

❖ Conversation n° 33L

19/08/2016 18:18:07: Rucio: Nene mis facturas... [E07]
19/08/2016 18:18:17: Rucio: Todo bien?

L'intérêt principal de María dans cette conversation est de rappeler à Israel qu'elle a besoin des factures pour lui payer les bouteilles de vin qu'elle lui a achetées ; le sous-acte « *Todo bien?* » a donc une fonction éminemment phatique, comme nous l'avons signalé *supra*.

❖ Conversation n° 34L

20/08/2016 13:55:50: Rucio: Mantequilla de ajo negro y estragón... Un cliente: "muy bueno tú foie gras" [E06][E22]
20/08/2016 14:54:03: Israel: Jajaja. Y eso que estas en el país de la revolución gastronómica.
20/08/2016 15:16:00: Rucio: Cuanto me has dicho que lo puedo vender?
20/08/2016 15:16:38: Rucio: Por cierto que me ha reservado mesa el de las aduanas... Mándame el emcs por el amor de dios
20/08/2016 15:17:16: Israel: El lunes te lo hago. Mandame otra vez todos tus datos.
20/08/2016 15:18:10: Rucio: Noooo! Pareces Jesús... [E04]
20/08/2016 15:18:35: Israel: Yo lo vendo aquí en la tienda a 3€ la cabeza y creo que tu lo podrías vender a 4€. En paris lo venden a 6
20/08/2016 15:19:05: Israel: Soy peor que Jesús, el es bueno. [E24]
20/08/2016 15:19:44: Rucio: Rucio: FRXXXXXXXXXXXX 10 rue de la Vigne, 87000 Limoges.
20/08/2016 15:20:36: Rucio: Así está noche el aduanero se toma una copa de Leré ilegal
20/08/2016 15:21:00: Israel: Ese es el accise o el de tva?
20/08/2016 15:22:11: Israel: Si es que mi gestor está de vacaciones hasta el domingo. Pedro te lo mandó ya?
20/08/2016 15:23:08: Israel: Que tal el jamón y los quesos?
20/08/2016 15:23:22: Israel: Se sincera porfa.
20/08/2016 15:25:02: Rucio: Es el accise
20/08/2016 15:25:38: Israel: Necesito también el del extracomunitario
20/08/2016 15:25:54: Rucio: El jamón muy rico. Lo probé con el sumiller del Maréchal Leclerc
20/08/2016 15:27:27: Rucio: El queso es estupendo. Un exitazo. Pero necesito saber los precios porque no sé si lo estoy vendiendo bien
20/08/2016 15:27:51: Rucio: El queso al vino necesita un maridaje con vino blanco
20/08/2016 15:28:03: Rucio: Sino queda tapado por el tinto
20/08/2016 15:28:22: Rucio: FR XXXXXXXXXXXX
20/08/2016 15:28:40: Rucio: Pedro no me mando nada
20/08/2016 15:28:52: Rucio: Es que sois la leche todos
20/08/2016 15:29:02: Rucio: Suerte que sois tan majos
20/08/2016 15:30:13: Israel: Pues puede que con el que mejore vaya el queso al vino sea el Blanc de noir.
20/08/2016 15:31:14: Rucio: Seguro.
20/08/2016 15:31:41: Rucio: El jamón lo acordamos con un muscat oxidativo de unai
20/08/2016 15:31:46: Rucio: Una bomba
20/08/2016 15:32:24: Rucio: 2016-08-20-PHOTO-00000124.jpg <fichier joint>
20/08/2016 15:33:30: Israel: No lo había pensado,puf pues con el moscatel rancio que hace Marino aquí en Peñalba a 40 kms de Sorihuela tiene que estar de muerte.
20/08/2016 15:34:08: Israel: Se lo voy a decir al proveedor porque podemos hacer cosas interesantes con el.
20/08/2016 15:36:40: Rucio: Pues si. Y tráeme de ese rancio en octubre
20/08/2016 15:37:07: Rucio: Pedro me tiene que hacer un emcs también?
20/08/2016 15:37:21: Rucio: O tú lo centralizas?
20/08/2016 15:38:09: Israel: Pedro el suyo y yo el mío que yo no soy distribuidor.
20/08/2016 15:38:47: Israel: Para hacerlo yo tengo que meter sus vinos en mis libros
20/08/2016 15:39:14: Rucio: Ok se lo pido
20/08/2016 15:39:24: Israel: Y hacerle una factura dw compra y tu pagaremos a mi
20/08/2016 15:39:28: Rucio: Si me meten en el trullo es culpa vuestra
20/08/2016 15:39:33: Rucio: Sabedlo[E07]
20/08/2016 15:40:11: Israel: No te preocupes allí no se está mal, te lo digo por experiencia jajajajaja[E24]
20/08/2016 15:40:33: Israel: Iremos a verte con una lima en el bocadillo
20/08/2016 15:42:06: Rucio: Una botella en el bocata
20/08/2016 15:42:17: Rucio: Al menos beber algo decente
20/08/2016 15:42:32: Rucio: Irene tampoco me ha enviado nada
20/08/2016 15:42:55: Rucio: [E24]
20/08/2016 15:43:55: Israel: Jajajajaja pero que gitanos somos los españoles. Jajaja.

20/08/2016 15:44:46:	Israel:	Que tal el queso al pimentón y al romero. No habrán sido fáciles de maridar
20/08/2016 15:45:16:	Rucio:	El pimentón con ganas
20/08/2016 15:45:20:	Rucio:	Gamay
20/08/2016 15:45:37:	Rucio:	Que el teléfono escribe solo...
20/08/2016 15:45:54:	Rucio:	El romero con grenache blanca
20/08/2016 15:46:19:	Rucio:	2016-08-20-PHOTO-00000148.jpg <fichier joint>
20/08/2016 15:46:23:	Israel:	Bien buscados. Ole mi niña
20/08/2016 15:46:40:	Rucio:	Que una tiene un oficio
20/08/2016 15:48:22:	Rucio:	Y vamos a ver con un colega que tiene una tienda de cervezas artesanas si le encontramos un maridaje guapo
20/08/2016 15:48:33:	Rucio:	En la misma calle además
20/08/2016 15:49:53:	Israel:	Cuandoe has dicho que el queso al vino tenía que ir con un blanco, pensé inmediatamente en una cerveza artesana que hacen aquí con mosto de chardonnay.
20/08/2016 16:00:41:	Rucio:	Tenemos que hacer pruebas
20/08/2016 16:05:04:	Israel:	http://cervezaxxxxxxxx.com/

Le contexte personnel qui apparaît dans cette conversation (15:40:11) a pour intérêt de mettre en exergue l'intimité d'Israel, ce qui est révélateur du niveau de confiance existant entre les deux interlocuteurs. Il nous semble important de faire référence aux bruits de communication provoqués par la saisie prédictive de l'application *WhatsApp* (i.e., « ganas » à la place de « Gamay », de 15:45:16 à 15:45:20), ce qui justifie la réaction de María à 15:45:37 (*el teléfono escribe solo*, [le téléphone écrit tout seul]).

❖ *Conversation n° 37L*

24/08/2016 17:48:18:	Rucio:	Necesito un cava
24/08/2016 17:48:28:	Rucio:	Quien lo hace sin mierdas
24/08/2016 17:48:47:	Rucio:	Y no muy rarito como el de Cueva Iluminada
24/08/2016 17:48:51:	Rucio:	[E04]
24/08/2016 18:54:45:	Rucio:	Tinto Concha es una cepa???
24/08/2016 19:07:22:	Israel:	Si es un cepage que está concentrado en castilla la mancha. Muy rústico y resistente y que hacía muy malos vinos
24/08/2016 19:07:46:	Rucio:	Porque Google no lo conoce
24/08/2016 19:11:08:	Israel:	Es que google no viene a vendimiar a Sorihuela
24/08/2016 19:12:13:	Rucio:	Será eso
24/08/2016 19:12:27:	Rucio:	Pásame un nombre para el cava
24/08/2016 20:09:27:	Israel:	A ver castiza. Lo del cava es difícil. Porque todo el mundo dice que es natural y rian de rian
24/08/2016 20:16:43:	Israel:	Entonces. Al son del compás hace un pseudo ancestral que está de p.M. Pero a treintaitantos la botella mo te va a cuadrar. Entonces está Remedios que ea bastante bueno y no pone nada en casi todo y muy poco en algunos
24/08/2016 20:18:55:	Israel:	Por cierto estoy en Marseille sí quieres un vino?....
24/08/2016 22:06:30:	Rucio:	Como que en Marseille???
24/08/2016 22:06:53:	Rucio:	Porqué atardecer es ahumado?
24/08/2016 22:09:32:	Israel:	Supongo que por la mineralidad y la fermentación en barrica
24/08/2016 22:18:37:	Rucio:	He terminado el Jabobinos
24/08/2016 23:10:52:	Rucio:	O sea que vienes a Marseille y no vienes a verme
24/08/2016 23:10:58:	Rucio:	[E25]
26/08/2016 23:00:56:	Israel:	Pues hoy y ayer estoy en Avignon, de boda de una amiga de

Lucrecia que vive aquí. Cuanto te mando, un palet?

26/08/2016 23:03:52: Rucio: Quita loco! Que tengo que pagarte todavía!

Israel fait part à María de sa présence à Marseille pour des raisons personnelles (20:18:55). Nous constatons que le contexte personnel et le contexte professionnel ont chacun un ton et une portée émotionnelle distincts (e.g., 22:06:30 et 22:06:53) et ils interviennent comme s'il s'agissait de deux conversations à l'intérieur de la même conversation. Le tour de parole de (20:18:55) comporte un énoncé suspendu que nous interprétons comme une façon de faire comprendre à María qu'il se trouve en France. Puis, le tour de parole de María à 22:06:30 montre l'étonnement et la déception, car nous interprétons l'itération des signes d'interrogation comme un moyen rhétorique pour faire comprendre à Israel qu'elle aurait aimé être prévenue. Pourtant, treize secondes plus tard il y a un nouveau tour de parole dans lequel elle reprend le thème professionnel de la conversation sur le même ton, et ce pendant deux tours de parole successifs (22:09:32 et 22:18:37). Après, 50 minutes plus tard elle reprend le thème personnel de la conversation sur un ton de reproche amical (23:10:52 et 23:10:58), ce à quoi Israel se sent dans l'obligation de répondre, mais seulement deux jours plus tard, afin de continuer le thème professionnel de la conversation (23:00:56).

❖ *Conversation n° 40L*

13/09/2016 11:59:09: Rucio: Feliz cumpleaños loco.

13/09/2016 11:59:30: Rucio: Con retraso claro

13/09/2016 11:59:38: Rucio: Y buena vendimia!

13/09/2016 14:00:43: Israel: Hola guapa gracias sol. Aquí andamos a mano y a máquina

Israel fête son anniversaire pendant la période de vendange, ce qui justifie les allusions faites par María à celle-ci (11:59:38), ce qui va mettre l'accent sur la nature de leur lien (i.e., rapport professionnel).

❖ *Conversation n° 43L*

19/09/2016 10:27:55: Israel: Hola guapa Perdóname por la desconexión. Pero ya sabes, vendimia.

19/09/2016 10:30:17: Israel: Pedro dice que no tiene vino y Evaristo dice que la última semana de octubre no tendrá el rosado embotellado y que no podrá venir. Yo tengo que ir la última semana de octubre porque después Lucrecia se queda sola y nadie puede ayudarle con Lalo así que tiene que ser esa.

19/09/2016 10:31:52: Israel: juanmiguel@quericoestatodo.com

19/09/2016 10:31:52:	Israel: valentina@quericoestado.com
19/09/2016 10:31:57:	Rucio: Vale. Habla con Jesús, igual se apunta.
19/09/2016 10:33:31:	Israel: Estos son los mails de los dueños de la distribuidora del jamón y embutido. Ponte en contacto con ellos para que te envíen cagaos y precios y me los subo yo.
19/09/2016 10:34:12:	Rucio: Los del jamón que me enviaste?
19/09/2016 10:34:47:	Israel: Puf Jesús es mucho Jesús para 6-7 días de viaje. El que sería interesante es Marino pero no creo que le apetezca o pueda
19/09/2016 10:34:56:	Israel: Si el que te envíe
19/09/2016 10:35:38:	Rucio: Les pido la factura? Entiendo lo de Jesús, es como viajar con un extraterrestre
19/09/2016 10:36:34:	Israel: Si claro que te hagan precio de amigo de Israel,ya sabes los amigos de mis amigos son mis amigos.
19/09/2016 10:36:56:	Rucio: Eso se llama mafia pero me gusta
19/09/2016 10:37:23:	Israel: Más bien es un pequeño looby
19/09/2016 10:38:01:	Rucio: Y el del queso? Porque lo estoy terminando y no lo he pagado
19/09/2016 10:38:17:	Rucio: Seré tontina pero me sabe mal
19/09/2016 10:39:16:	Israel: Ese me lo tendrás que pagar a mi pero te lo paso también ahora para hacer igual con el siguiente
19/09/2016 10:44:13:	Israel: El de la chica de la oficina es
19/09/2016 10:45:07:	Israel: requetebueno@requenarte.com
19/09/2016 10:45:27:	Israel: Y el de Idelfonso,el dueño
19/09/2016 10:46:36:	Israel: export@requenarte.com
19/09/2016 10:46:53:	Rucio: Tú eres una secretaria estupenda oye
19/09/2016 10:47:11:	Israel: Tanto al queso como al embutidos mandale copia a los dos.
19/09/2016 10:47:34:	Israel: Aquí hay que hacer de todo para vender vino
19/09/2016 10:48:17:	Rucio: Oye que yo te lo vendo todo... A ver si te pago la semana que viene
19/09/2016 13:39:30:	Israel: Jajajaja no te ofendas que era broma
19/09/2016 13:40:37:	Israel: Y no te pongas chula con un hombre de la mancha que produce 300000 kilos de uva
19/09/2016 13:40:45:	Israel: [E24]jajajajaja
19/09/2016 14:02:29:	Rucio: Y lo bien que me va vender vino de la tierra de rucio. Es un marketing genial
19/09/2016 14:02:55:	Rucio: 300000 todo en biológico?
19/09/2016 14:54:28:	Israel: Todo biológico
19/09/2016 14:55:05:	Rucio: Debes ser el rey del biológico de la mancha
19/09/2016 14:55:32:	Rucio: Voy a abrirte un club de fans para noviembre
19/09/2016 14:56:45:	Israel: Que va en Corbijuela del Toboso,un pueblo dw aquí al lado, hay una bodega que hace 500000 de botellas BIO y demeter
19/09/2016 14:57:19:	Israel: En la Mancha todo podría ser BIO
19/09/2016 14:57:45:	Rucio: Pero es bueno el otro?
19/09/2016 14:58:58:	Israel: Según ellos mejor que el mío. Yo n hago nada más que pisar uva en un cubo
19/09/2016 15:00:50:	Rucio: Me gustaría verte
19/09/2016 15:00:58:	Rucio: [E10]
19/09/2016 15:01:05:	Rucio: Con el cubo
19/09/2016 15:02:08:	Israel: Jajajajaja. Hay que hacer una pornovendimia. Todo dios en pelotas en la viña y en la bodega.
19/09/2016 15:02:46:	Rucio: Seguro que encuentras adeptos...
19/09/2016 15:03:41:	Israel: Adeptos ya te digo yo que sí, adeptas va a ser más difícil.
19/09/2016 15:06:36:	Rucio: Y a Lucrecia le va a gustar bien poco la idea
19/09/2016 15:06:45:	Rucio: [E06]
19/09/2016 15:07:08:	Israel: Bueno el tema es que ella se despelote también
19/09/2016 15:08:28:	Rucio: Ah bueno!!!
19/09/2016 15:08:56:	Rucio: Flower Power!!!
19/09/2016 15:09:57:	Israel: No no Penthouse. Pero nada sexual. Sólo hedonismo
19/09/2016 15:10:16:	Rucio: Claro!!! Arte...

Israel fait référence à sa vie privée et aux contraintes que celle-ci impose à sa vie professionnelle (10:30:17). María connaît la compagne d'Israel et leur fils : la vie privée d'Israel va intervenir activement dans la construction de la complicité entre María et lui au travers de l'humour (i.e, humour à caractère sexuel, « *Y a Lucrecia le va a gustar bien poco la idea* » [Lucrecia ne vas pas trop aimer l'idée], de 15:06:36 à 15:10:16).

❖ *Conversation n° 47L*

11/10/2016 12:30:15: Rucio: Cuéntame un poco el plan
11/10/2016 12:30:27: Rucio: Que me de el susto y'a
11/10/2016 13:02:34: Rucio: Como cuando quien...
11/10/2016 13:04:22: Rucio: Si queréis que yo organice algo necesito la información
11/10/2016 13:19:42: Israel: Voy sólo. No se si llevaré vinos de alguien. Porque esta mañana Jesús me ha dicho que no podía. Y dw los demás pues no se nada.
11/10/2016 13:21:26: Israel: Yo saldré el lunes de madrugada. Llegaré por la tarde y no tengo donde dormir. No se si un lunes es el mejor día para organizar algo. Eso lo tienes que valorar tu. Lo siento pero ea que no puedo en otro día de la semana. Sino lo cambiaba pero WSJ imposible
11/10/2016 13:27:07: Rucio: Jesús está loco de atar. Por dormir no hay problema. Yo te alojo. Lunes cierro o sea que cenamos tranquilos y tú descansas. Donde vas luego?
11/10/2016 13:43:51: Rucio: Me hace ilusión verte
11/10/2016 13:46:07: Israel: Voy a Tours y luego a París.
11/10/2016 13:48:58: Rucio: Ok perfecto
11/10/2016 18:11:30: Rucio: Oye me traes algo de jacobino y de leré etiqueta rosa?
11/10/2016 18:12:48: Rucio: Y un poco de queso? Tipo una pieza con pimentón y una con romero. El de vino no tiene tanto éxito. Vaya usted a saber...

Cette conversation présente l'intérêt de mettre en évidence l'importance des liens personnels entre María et Israel dans un contexte professionnel (13:27:07), ce que nous interprétons comme une manifestation de la complicité qui existe entre les deux interlocuteurs.

❖ *Conversation n° 53L*

02/11/2016 12:18:15: Rucio: DIME
02/11/2016 12:18:54: Rucio: Me mandas el emcs?
02/11/2016 14:05:06: Rucio: Tengo los precios del jamón... pero Raul sigue siendo más barato ? [E25]
02/11/2016 17:13:47: Rucio: En el Jamon es mas barato Raul. El resto no
02/11/2016 17:46:22: Rucio: Te hago un mail con el pedido así lo metes con el vino. Vale,
02/11/2016 17:46:25: Rucio: ?
02/11/2016 18:13:39: Israel: Ok
02/11/2016 17:46:44: Rucio: No me he olvidado
02/11/2016 17:46:50: Rucio: Es que no me da la vida
02/11/2016 17:46:59: Rucio: Lo hago
02/11/2016 17:47:13: Rucio: No mandes antes que quiero embutido
02/11/2016 17:47:20: Israel: Jajajajaja. No te preocupes.

02/11/2016 17:47:30: Rucio: Lleno todos los días
02/11/2016 17:47:45: Rucio: Soy un zombi
02/11/2016 19:31:47: Israel: Tienes que tratar de encontrar tus momentos de desconexión. Imagino que Miguel te ayuda con eso. Porque te aseguro que es mucho más estresante lo contrario.
02/11/2016 19:32:25: Israel: Tu por mi no te preocupes. Cuando lo tengas me lo dices y entonces lo envío.
02/11/2016 19:34:09: Israel: Yo hoy he tenido baby circus con LaLo y Lucrecia a las 17:00 y a las 15:30 estaba podando aún así que tout va bien.

Maria confie à Israel la fatigue qu'elle cumule en raison du rythme de travail. Israel profite de l'occasion pour ramener la conversation vers un contexte personnel (19:31:47), ce qui va mettre en lumière la complicité qui existe entre les deux (i.e, mentions faites aux vies privées respectives).

6.1.2 Utilisation de formules stéréotypées et de l'humour

Nous constatons la présence de formules stéréotypées et des manifestations de l'humour dans l'ensemble des conversations *ouatsap* entre María et Jesús, María et Pedro et, enfin, María et Israel. Le tableau n° 25 rend compte du nombre de conversations *ouatsap* qui présentent ces éléments. Nous en avons également indiqué le pourcentage par rapport au nombre total de conversations. Notre analyse montre que les manifestations de l'humour sont toujours véhiculées et/ou dépendantes de formules stéréotypées ; aucune conversation *ouatsap* ne présente de manifestation exclusive de l'humour.

Tableau n° 25. Formules stéréotypées et humour dans les conversations *ouatsap*

	Conversations <i>ouatsap</i>		
	María - Jesús	María - Pedro	María - Israel
Formules stéréotypées	----	5 (21,7 %)	31 (47,7 %)
Humour	----	----	----
Formules stéréotypées et humour	8 (57,1 %)	12 (52,1 %)	31 (47,7 %)
Total	(100 %)	(100 %)	(100 %)

6.1.2.1 Conversations ouatsap entre María et Jesús

En ce qui concerne les 14 conversations *ouatsap* entre María et Jesús, nous en avons identifié 8 qui présentent aussi bien des routines conversationnelles (i.e., discursives d'ouverture, de fermeture, d'accord et de salutation), que de l'humour (voir tableau n° 26).

Tableau n° 26. Formules stéréotypées et humour (conversations *ouatsap* entre María et Jesús)

Conversations	
Formules stéréotypées	----
Humour	----
Formules stéréotypées et humour	2J, 4J, 5J, 7J, 8J, 10J, 11J, 12J (8)

Nous avons répertorié les différentes routines conversationnelles qui apparaissent dans les conversations *ouatsap* entre María et Jesús, et nous constatons qu'elles sont essentiellement expressives et commissives (voir tableau n° 27, pp. 282-283). Il nous semble pertinent de faire allusion à la formule discursive de transition « *oye* », impératif lexicalisé du verbe « *oír* » qui intervient comme marqueur linguistique d'un changement contextuel (i.e., formule discursive de transition contextuelle ou thématique). Quant aux formules psychosociales miscellanées, nous constatons la variété de registre, qui va du courant (e.g., « *me lo quitan de las manos* » [on se l'arrache] ; « *te pago esta así a pelo* » [je te paye celle-ci en espèces]) au vulgaire (e.g., « *haciendo una lluvia de (mierda)* » [putain de pluie]).

Tableau n° 27. Catégorisation des routines conversationnelles entre María et Jesús

Formules discursives	D'ouverture	<i>Hola. / Hola!!! / Aloha!!</i>
	De fermeture	<i>Gracias!!! / Gracias guapo</i>
	De transition	<i>Oye</i>
Formules psychosociales	Expressives	· D'excuse : <i>sorry!![E29]</i>
		· D'accord : <i>OK / todo ok / okis okis!! / okis / sip / Ok? / yaaa</i>
		· De remerciement : <i>Guay!! / Millones de gracias por este día</i>

	Commissives	· De promesse : <i>Ya te lo miro / sí o sí</i> · De menace : <i>Pero mándame eh??? / Pues tú verás</i>
	Rituelles	· Salutation d'accueil : <i>Aloha!!</i> · Salutation de départ : <i>taluego!!</i>
	Miscellanées	<i>te pago está así a pelo / Que me lo quitan de las manos chico / haciendo lluvia de [E40]</i>

Nous allons analyser les manifestations de l'humour de chaque conversation *ouatsap* entre María et Jesús.

❖ *Conversation n° 2J*

08/06/2016 14:37:44: Jesús: Aloha!! ⁴³² He hablado con Israel y el me envia el viernes sus cosicas(queso...) y yo lo recibo el lunes. Asi que cambio todo el plan mio de el lunes al martes y te veo lunes por la mañana. Si tienes bañador acabamos en la piscina, que Idoia (mi chica) seguro que quiere piscina [E01]
08/06/2016 14:41:08: Rucio: Sois todos unos tesoros. Hace ya tiempo de piscina???? Guay!! Me alegre de que no me cites a las 6! [E04]
08/06/2016 17:17:37: Jesús: A las 6 solo hay lagartos y se pasea la muerte en bicicleta jot jot lunes nos vemos!! [E30]

Il nous semble important de signaler le rôle des *emojis* dans les conversations *ouatsap* entre María et Jesús, qui peuvent intervenir comme renfort de l'idée exprimée dans l'énoncé (e.g., le vélo et l'*emoji* [E30] à 17:17:37) ou bien comme manifestation des émotions de l'énonciateur (e.g., l'*emoji* [E01] à 14:37:44 pour la joie, et l'*emoji* [E04] à 14:41:08 pour le rire). De plus, la réappropriation en espagnol par Jesús du mot anglais « *hot* » (i.e., chaleur), qui prend la forme de « *jot jot* » à 17:17:37, renforce l'humour de la phrase.

❖ *Conversation n° 4J*

13/06/2016 19:30:50: Jesús: El dia no ha acabado jaja estoy dead[E32] , te hago factura y me mandas todo ok al fronterear a france [E01]
14/06/2016 07:34:08: Rucio: Si si. Pasamos por el bosque como los etarras
14/06/2016 07:34:17: Rucio: [E04]
14/06/2016 09:02:27: Jesús: ya no quedan de esos jaja. te paso factura a mediodia por mail y si quieres no la archivo y la pagas sin iva. Mas para control de gastos con tu socia que otra cosa. [E31]
14/06/2016 09:11:12: Rucio: Ok. Gracias!!!

⁴³² Nous avons mis en gras et couleur verte les formules stéréotypées, et en gras et couleur rouge les manifestations de l'humour dans les conversations *ouatsap* de notre analyse en vue d'une lecture plus efficace.

La conversation n° 4J présente un intérêt socioculturel important dans la mesure où María avoue avoir traversé la frontière franco-espagnole par les routes secondaires afin d'éviter les douanes volantes. Elle fait un parallèle avec les membres du groupe terroriste de l'ETA des années quatre-vingt quand ils traversaient la frontière franco-espagnole par la forêt afin d'éviter les contrôles de la gendarmerie espagnole (*Guardia Civil*). En outre, en ce qui concerne les *emojis*, ils interviennent comme renfort sémiotique de l'idée exprimée dans l'énoncé (e.g., la mort et l'*emoji* [E32] à 19:30:50, ou la rapidité et l'*emoji* [E30] à 09:02:27) ou bien comme manifestation des émotions de l'énonciateur (e.g., l'*emoji* [E04] à 07:34:17 pour le rire). De plus, nous interprétons l'utilisation de la langue anglaise comme un recours humoristique de la part de Jesús (e.g., « *estoy dead* » à 19:30:50).

❖ Conversation n° 5J

17/06/2016 11:39:52:	Rucio: Hola!!! No te olvides de enviarme los datos del banco...
17/06/2016 19:26:05:	Jesús: okis okis!! [E01][E29]
21/06/2016 10:28:24:	Rucio: Pues tú verás. Yo lo que quiero es pagar[E10]
21/06/2016 10:29:33:	Rucio: No me gusta tener deudas[E04]
21/06/2016 10:29:51:	Jesús: yaaa pero he de cambiar algo en la factura?? mañana te paso iban y datos de banco[E01]
21/06/2016 10:30:04:	Jesús: lanister [E12]
21/06/2016 10:31:12:	Rucio: Sino te pago está así a pelo y luego vemos por los pedidos siguientes...
21/06/2016 10:31:21:	Jesús: sin papeles y no pagas impuestos??
21/06/2016 10:31:57:	Rucio: Los de la aduana aquí no quieren que les pague porque sale a 3€
21/06/2016 10:33:26:	Jesús: mañana a primera hora te maileo toooo
21/06/2016 10:33:29:	Jesús: [E29]
21/06/2016 10:33:37:	Rucio: Gracias guapo
21/06/2016 10:33:48:	Jesús: [E03]

Nous interprétons les *emoji* [E29] et [E03] comme une marque de galanterie et d'affection de Jesús envers María. De plus nous considérons que l'*emoji* [E10] à 10:28:24 est un atténuant émotionnel de la formule commissive de menace qui le précède et dans laquelle il s'inscrit (i.e., *pues tú verás, yo lo que quiero es pagar*). Par ailleurs, nous considérons que l'*emoji* [E04] à 10:29:33 est un élucidateur émotionnel apporté par María pour que Jesús ait des indices à propos de son état d'esprit lorsqu'elle affirme qu'elle n'aime pas avoir de dettes ; elle n'est pas fâchée ni énervée contre lui, elle souhaite se montrer honnête vis-à-vis de son partenaire commercial, raison pour laquelle elle lui demande les factures (i.e., fonction connative). De plus, Jesús fait référence à la série de télévision *Games of Thrones* (i.e., Lannister à 10:30:04) pour réagir au dernier tour de parole de María puisque la

devise non officielle de la Maison Lannister est « un Lannister paie toujours ses dettes⁴³³ », ce qui apporte de l'humour à la conversation. Enfin, nous interprétons que le tour de parole de Jesús à 10:31:21 a pour objectif de tester l'honnêteté de María et, de ce fait, il fait preuve d'ironie, subtilité qu'elle a très rapidement compris, et qui va justifier son tour de parole de 10:31:57.

❖ *Conversation n° 7J*

21/07/2016 10:15:40: Jesús: por la tarde te paso factura con el numero que querías[E01]sorry!![E29]
21/07/2016 10:16:56: Rucio: Y te hago un mail con un pedido convences
21/07/2016 10:17:06: Rucio: Con emcs
21/07/2016 10:17:22: Rucio: Que esta mierda escribe lo que quiere..
21/07/2016 10:17:38: Rucio: Que me lo quitan de las manos chico
21/07/2016 10:39:37: Jesús: okis okis eso la procima semana, pasame pedido para ver si hay de todo[E01]

L'humour de cette conversation est provoqué par la saisie automatique de l'application *WhatsApp*. En effet, lors de la saisie manuelle du texte, l'application propose « *un pedido "convences"* » au lieu de reconnaître « *un pedido "con emcs"* », ce qui est révélateur de la rapidité de la composition des messages sur l'application, et qui va justifier le tour de parole de María à 10:17:38.

❖ *Conversation n° 8J*

25/07/2016 21:31:23: Rucio: Oye si Manu baja a por el vino la semana que viene te va bien?
25/07/2016 09:47:30: Rucio 60 jabatos y 60 monsters.
26/07/2016 10:02:40: Jesús: botellas o cajas? [E11]
26/07/2016 10:03:31: Rucio: Botellas
26/07/2016 10:03:33: Rucio: [E12]
26/07/2016 10:04:39: Rucio: Estoy delante del ordenador
26/07/2016 11:16:56: Jesús: ya me diras cuando aterrizais y lo tengo listo[E13][E33]
26/07/2016 12:27:31: Rucio: Ok . Pago hecho
26/07/2016 23:31:00: Jesús: Ya te lo miro mañana[E29]

L'imprécision de la commande que María passe à Jesús (i.e., 60 bouteilles ou 60 caisses) fait l'objet de l'humour, ce qui justifie la présence des émojis [E11], [E12] pour exprimer la réaction émotionnelle produite par cette imprécision. Les émojis [E13] et [E33] sont également révélateurs de l'humour de Jesús. Toutefois, afin de préserver l'identité des interlocuteurs, nous avons fait le choix de ne pas justifier leur utilisation.

⁴³³ Information recueillie de l'adresse http://fr.gameofthrones.wikia.com/wiki/Maison_Lannister (Date de consultation: 30/09/2017)

❖ Conversation n° 10J

31/07/2016 20:27:37: Jesús: Que hago?? Mañana si o si sobre el coste de enviarte las 10 cajas por paquetería. Si viene Manu dime que día le viene mejor recogerlas. [E33]
31/07/2016 22:29:29: Jesús: okis , te miro portes
01/08/2016 09:33:06: Jesús: martes no estoy y miercoles aun no se... te digo portes[E34]
01/08/2016 10:08:48: Jesús: unos 90 pavos en portes me ha dicho el comercial[E29]
01/08/2016 13:59:20: Jesús: No me entero de nada
01/08/2016 14:02:37: Jesús: okis mejor por telefono que no se que hacer[E01]
01/08/2016 19:22:07: Jesús: sip que yo tengo restringidas llamadas, ya estoy [E01]

En ce qui concerne l'utilisation des *emojis*, ils interviennent comme renfort sémiotique de l'idée exprimée dans l'énoncé (e.g., le vin et l'emoji [E34] à 09:33:06) ou bien comme marque de galanterie de Jesús vis-à-vis de María (e.g., le bouquet des fleurs et l'emoji [E29]), ce que nous considérons comme révélateur de l'humour de Jesús.

❖ Conversation n° 11J

31/08/2016 18:29:30: Rucio: Hola . Ya tengo los emcs de los otros. Te los mando por mail y me dices si puedes hacerme uno. Ok?
01/09/2016 12:57:05: Jesús: Pasame por mail y le echo un vistazo!! [E27][E35][E26]

Dans les conversations *ouatsap* entre María et Jesús, nous avons constaté que Jesús est particulièrement attaché à l'utilisation des *emojis*. Nous considérons que les *emojis* [E27][E35][E26] n'ont pas de sens dans le tour de parole de 12:57:05 mais leur utilisation révèle l'humour de Jesús.

❖ Conversation n° 12J

16/09/2016 12:57:14: Jesús: [E36][E36][E36][E36]
16/09/2016 12:57:32: Jesús: [E38][E38][E38][E38][E38]
16/09/2016 12:59:10: Jesús: que tal tu [E39]rucio??
16/09/2016 12:59:20: Rucio: Pues cabalgando
16/09/2016 12:59:26: Rucio: [E10]
16/09/2016 12:59:33: Jesús: mañana miro mails[E01]
16/09/2016 12:59:37: Rucio: Podrás mandarme cositas?
16/09/2016 12:59:44: Jesús: siiii
16/09/2016 12:59:51: Jesús: no problem
16/09/2016 13:00:14: Jesús: pero que dejen sol a los israeles
16/09/2016 13:00:21: Jesús: [E05]
16/09/2016 13:00:45: Jesús: te lo miro proxima semana
16/09/2016 13:01:05: Rucio: Ok. Pero mándame eh???
16/09/2016 13:02:39: Jesús: [E36][E36][E36][E36][E36]
16/09/2016 13:03:02: Jesús: haciendo lluvia de[E40]
16/09/2016 13:03:24: Jesús: [E37][E37][E37][E37][E37]
16/09/2016 13:03:32: Jesús: [E40][E40][E40][E40]

16/09/2016 13:03:56: Rucio: ???
16/09/2016 13:04:07: Jesús: jajaja
16/09/2016 13:04:12: Jesús: taluego!!
16/09/2016 13:04:25: Rucio: [E14]
16/09/2016 13:04:33: Jesús: [E01]

Les *emojis* jouent également un rôle important dans l'humour de cette conversation. C'est ainsi que l'*emoji* [E39] intervient comme renfort sémiotique de Rucio (l'âne de Sancho Panza) et justifie les tours de parole de María de 12:59:20 et de 12:59:26. Par ailleurs, il convient de signaler la fonction euphémistique de l'*emoji* [E40] dans la routine conversationnelle qui apparaît dans le tour de parole de 13:03:02 (i.e., *haciendo lluvia de mierda*) qui exprime le mécontentement de Jesús provoqué par les conditions climatiques, ce qui s'avère être très important pour les vigneronns lors des vendanges (13:00:14).

En outre, nous constatons que le nom propre Israel subit une transformation fonctionnellement significative dans la conversation. En effet, le nom propre devient un nom commun (i.e., *los israelés*) qui acquiert une fonction clairement métonymique faisant référence aux vins produits par Israel : le raisin n'est pas un fruit prêt à la consommation mais un vin potentiel qui se trouve encore dans un état de développement embryonnaire, raison pour laquelle il requiert l'action bénéfique du soleil pour ainsi devenir vin. L'énervement de Jesús va être mis en évidence grâce à l'itération des émoticônes qui renforcent ainsi leur portée sémiotique (13:03:24 et 13:03:32).

L'utilisation du diminutif est particulièrement intéressante dans cette conversation. En effet, nous avons identifié à 12:59:37 le diminutif du nom commun « *cosas* » (i.e., *cositas*, des trucs), qui acquiert ici la fonction de complément d'objet direct du verbe transitif « *mandar* » (i.e., *mandar cositas*, envoyer des trucs), intégré dans la périphrase modale « *poder + infinitif* » (i.e., *poder mandar cositas*, pouvoir envoyer des trucs) et dans laquelle le verbe modal est conjugué au futur, dit futur de politesse (i.e., *podrás mandarme cositas*, tu pourrais m'envoyer des trucs). De plus, cette périphrase est introduite par la forme interrogative (i.e., *podrás mandarme cositas?*, est-ce que tu pourrais m'envoyer des trucs ?), ce qui du point de vue fonctionnel intervient comme un ensemble de moyens d'atténuation de la forme injonctive sous-jacente (i.e., *mándame cosas*, envoie-moi des trucs), et qui va

justifier les tours de parole consécutifs de Jesús à 12:59:44 et 12:59:51. En effet, Jesús souhaite rassurer María et lui faire comprendre que ce n'est pas la peine de continuer d'insister à ce sujet (i.e., itération du phonème / i / comme marque de l'expressivité de Jesús, « *siiiiii* », et utilisation d'une formule stéréotypée « *no problem* » qui relève d'une alternance codique très généralisée et populaire).

6.1.2.2 Conversations ouatsap entre María et Pedro

Quant aux 23 conversations *ouatsap* entre María et Pedro, nous avons identifié un total de 13 conversations intégrant des formules stéréotypées et de l'humour (voir tableau n° 28).

Tableau 28. Formules stéréotypées et humour dans les conversations *ouatsap* entre María et Pedro

	Conversations	
Formules stéréotypées	2P, 13P, 17P, 20P, 22P	(5)
Humour	---	(0)
Formules stéréotypées et humour	1P, 3P, 5P, 8P, 9P, 10P, 12P, 14P, 15P, 16P, 21P, 23P	(12)

Nous avons également répertorié les différentes routines conversationnelles présentes dans les conversations *ouatsap* entre María et Pedro (voir tableau n° 29, pp. 288-289). Nous avons mis en gras les éléments pertinents en vue d'une lecture efficace.

Tableau n° 29. Catégorisation des routines conversationnelles entre María et Pedro

Formules discursives	D'ouverture	<i>Hola / Hola! / Hola María / Hola Pedro! / Hola Pedrito!! / Hola nene / Hola niño! / Hola guapa / Como vas? / Como vas / Como estas? / Que tal? / Que tal estas? / Mi niño / Queridos amigos /</i>
	De fermeture	<i>un beso guapa y hasta pronto / un beso fuerte Besos!!</i>
	De transition	<i>Oye</i>
Formules psychosociales	Expressives	<ul style="list-style-type: none"> • D'excuse : <i>Perdona / Joo</i> • D'accord : <i>Estupendo! / Perfecto / Perfecto! / Perfectísimo / Ok! Perfecto / Ok / Vale. / Pues vale... / Pues bueno /</i>

		<i>Pues claro /</i> • De remerciement : <i>Gracias! / Gracias! guapa!! / Gracias a ti, guapísima / Pues gracias!!! [E01] [E16] / Gracias por el emcs... / Gracias por creer en mis vinos /</i> • De chance : <i>Ójalà!</i> • De solidarité : <i>/ Vaya... / Vaya plan! / Ah!</i>
	Commissives	• De menace : <i>Y te paras aquí o te hago un espectáculo</i>
	Assertives	• Émotionnelles : <i>Que sois lo peor / Jope nene / por Dios! Ah... Vaya lerda... / Mierda / Joer! / Que va</i>
	Rituelles	• Salutation de départ : <i>un beso guapa y hasta pronto</i>

Les conversations entre María et Pedro sont caractérisées par l'utilisation que María fait des intensificateurs (i.e., vocatifs, superlatifs, métaphores, adverbes et routines conversationnelles) et dont la fonction est essentiellement expressive. Nous interprétons cette utilisation comme un moyen linguistique permettant à María de dévoiler sa propre personnalité en vue de gagner la confiance de Pedro :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Pedro		
N°	Date / heure	Message
3P	05/08/2015 12:22:53	María: Eres un cielo [...] Dos médicos guapisimos .
	05/08/2015 20:13:23	María: Si. Desde hace una eternidad!
4P	02/09/2015 21:18:39	María: Te quiero un monton!!!!
5P	03/09/2015 13:02:26	María: Es una bomba atomica
	03/09/2015 13:36:50	María: Creo que podría beberme una barrica entera . Eres un maestro
	03/09/2015 13:37:29	María: [...] He visto las fotos del guapísimo Pablo...
	03/09/2015 13:47:51	María: De verdad que es muy bueno . Y los chicos han vuelto encantados contigo. Gracias
8P	15/02/2015 12:02:46	María: Estoy harta de trabajare para otros
10P	23/04/2016 19:34:24	María: Es super complicado lo del vino natural español!!!!
	23/04/2016 19:34:40	María: Suerte que os tengo a vosotros!!! [E15]
12P	10/05/2016 22:59:04	María: Sobre todo ellos... No hagas caso a las copas que son un horror y el vino peor...
	10/05/2016 23:01:46	María: Que os echo de menos!!!
14P	08/07/2016 22:22:46	María: Ya ves, tendré aceite hasta el apocalipsis
15P	09/08/2016 19:46:22	María: Que sois lo peor... Me llega la palet sin facturas ni nada...
	09/08/2016 19:49:39	María: [E06]
18P	23/08/2016 09:02:55	María: Que horror de papeleo oye...
20P	30/09/2016 16:16:16	María: Ya te pague. Oye Misterio es un bombazo [...]
20P	01/10/2016 15:24:50	María: Pero Pedro por Dios! No es una cuestión de Fé! Tus vinos son espectaculares!!!
21P	12/10/2016 13:30:25	María: Como???? [E07]
	12/10/2016 13:31:43	María: Jope nene que pareces la romane conti... [...]
	12/10/2016 23:13:08	María: Perfectísimo
	12/10/2016 23:13:27	María: Y te paras aquí o te hago un escándalo
	12/10/2016 23:17:42	María: [E05]
23P	25/10/2016 16:22:01	María: Y el pobre Carlos que lo he despojado... Soy una villana
	25/10/2016 16:24:02	María: [...] una cena de filet mignon en hojaldre que te cagas

❖ Conversation 1P

11/07/2015 13:38:53: María: Hola! Cuando vienes?
11/07/2015 21:20:41: Pedro: Hola María, llegó el miércoles
11/07/2015 22:16:38: Pedro: Estupendo!
11/07/2015 22:17:19: María: Viene el cocinillas?

Cette conversation met en évidence l'utilisation d'un surnom (*el cocinillas*) à caractère affectif grâce à la présence du diminutif « *-illas* » qui intervient dans la dérivation nominale (i.e., *cocina*, cuisine). Nous trouvons également un augmentatif affectif à la conversation n° 3P (« *eres un cielote* », à 20:12:28) et à la conversation n° 16P sous la forme de « *cielito* » (à 16:43:07). Le nom « *cielo* » va apparaître sans aucune dérivation dans la même conversation (« *eres un cielo* » à 12:22:53) ainsi qu'à la conversation n° 20P où le nom « *cielo* » apparaît dans une expression en première personne de nature semi-interjective et à caractère affectif, puisqu'elle est accompagnée d'un adjectif possessif tonique (« *cielo mío* », à 18:16:15).

❖ Conversation 3P

05/08/2015 12:19:12: María: Hola niño! Como vas? Quien hace vino de verdad en la rioja? Igual me paseo por ahí un par de días.
05/08/2015 12:20:43: Pedro: Hola guapa, mira en internet y busca "Vinos Sueños", dile que me conoces...
05/08/2015 12:22:57: María: [E09]
05/08/2015 12:23:31: Pedro: Gracias!
05/08/2015 12:28:13: Pedro: Perfecto!
05/08/2015 20:12:33: María: [E14]
05/08/2015 20:13:23: María: Si. Desde hace una eternidad!

L'humour présent dans le premier tour de parole de María à 12:19:12 devient un élément qui rappelle les valeurs communes partagées par les interlocuteurs / interactants : le vin naturel est le vrai vin (i.e., *el vino de verdad*), ce que nous allons également retrouver à la conversation n° 19P quand María demande à Pedro un vin « *no raro / bueno y poco traficado* » (i.e., qui n'est pas bizarre, à 15:02:12, et qui est bon et peu trafiqué, à 15:07:26).

❖ Conversation 5P

03/09/2015 13:02:13: María: Mi niño pi noir tiene madera?
03/09/2015 13:02:26: María: Es una bomba atomica
03/09/2015 13:36:50: María: Creo que podría beberme una barrica entera. Eres un maestro
03/09/2015 13:38:42: María: [E15]

03/09/2015 14:19:18: Pedro: Gracias a ti, guapisima

L'utilisation des intensificateurs est justifiée par la mise en valeur de la qualité des vins de Pedro. Ils apportent à la conversation une dimension humoristique, avec le renforcement sémiotique de l'*emoji* [E15]. Par ailleurs, nous constatons la même utilisation des intensificateurs aux conversations n° 12P, 14P et 21P. En effet, María souhaite faire preuve de savoir-faire professionnel à la conversation n° 12P, raison pour laquelle elle a recours aux intensificateurs pour introduire cette idée de façon humoristique :

10/05/2016 22:59:04: María: Sobre todo ellos... No hagas caso a las copas que son un horror y el vino peor...

María fait référence à la quantité d'huile d'olive qu'elle a reçue lors de la conversation n° 14P et elle exprime ainsi son étonnement de façon humoristique :

08/07/2016 22:22:46: María: Ya ves, tendré aceite hasta el apocalipsis

María exige à Pedro de venir la voir en France, raison pour laquelle María utilise une formule stéréotypée à la conversation n° 21P qui présente une interférence évidente avec le français (*te hago un escándalo* / je te fais un scandale) car l'équivalent espagnol dans ce contexte précis serait « *te monto una* ». Malgré l'interférence avec la langue française, nous avons considéré cette interférence comme une formule commissive de menace :

12/10/2016 23:13:27: María: Y te paras aquí o te hago un escándalo

12/10/2016 23:17:42: María: [E05]

12/10/2016 23:18:19: Pedro: Jeje

En outre, la conversation n° 5P présente une ellipse dans le premier tour de parole de María, ce que nous interprétons comme un problème de saisie prédictive lors de la composition du message (i.e., « pi noir » au lieu de « pinot noir », à 13:02:13).

❖ Conversation 8P

15/02/2015 11:54:40: María: Aunque pases de mis mails yo te quiero igual... Como estas?

15/02/2015 11:56:27: Pedro: Hola María , estiy bien! a tope de trabajo...y no paso de tus mails, te

conteté, o eso creo
15/02/2015 11:56:41: Pedro: Que tal?
16/02/2015 19:25:35: Pedro: Ojalà! Les messages que vous envoyez dans cette discussion et les appels sont désormais protégés avec le chiffrement de bout en bout. Appuyez pour plus d'informations.

Comme nous l'avons analysé *supra* pour le cas d'Israël, nous interprétons ce tour de parole comme un moyen rhétorique pour attirer l'attention de Pedro (i.e., *captatio benevolentiae*) ce qui montre une subtile ironie de la part de María.

❖ Conversation n° 10P

23/04/2016 19:32:14: María: Hola Pedro! Que tal estas? Oye si quiero vino de Laura quien lo importa aquí?
23/04/2016 19:32:54: María: Yo abriré por esas fechas o sea que guay
23/04/2016 19:33:09: Pedro: Ok
23/04/2016 19:33:51: María: Vale . Le pido las tarifas por mail.
23/04/2016 19:49:45: Pedro: Jeje
23/04/2016 19:50:33: María: Tu ríete pero desde aquí parece que no estemos en Europa!!!

Nous constatons la présence d'un stéréotype à 19:50:33, qui met en évidence le sentiment d'infériorité des Espagnols vis-à-vis de l'Europe.

❖ Conversation n°15P

09/08/2016 19:35:18: Pedro: Jeje
09/08/2016 19:45:48: María: Vaya... Voy bien yo... Precios?
09/08/2016 19:46:22: María: Que sois lo peor... Me llega la palet sin facturas ni nada...
09/08/2016 19:46:37: Pedro: Joo
09/08/2016 19:49:39: María: [E06]

Il nous semble important de signaler que Pedro n'utilise pas souvent les *emojis*, et il va privilégier les onomatopées à leur place, comme le montre cette conversation (à 19:35:18 et à 19:46:37) ainsi que la conversation n° 16P (« *Jajajaja* » à 16:49:37). Par contre, María préfère une utilisation récurrente des *emojis* (e.g., à 19:49:39) et utilise très rarement les onomatopées.

❖ Conversation n° 16P

20/08/2016 16:43:07: María: Oye cielito me mandas el emcs?
20/08/2016 16:45:48: Pedro: Como vas
20/08/2016 16:49:15: María: Ayer hice una mantequilla con ajo negro y estragon. Y uno me dice "que rico el foie gras"
20/08/2016 16:49:18: María: [E07]
20/08/2016 16:49:37: Pedro: Jajajaja

20/08/2016 16:49:59: Pedro: Buenísimo
20/08/2016 16:54:08: Pedro: Ah!
20/08/2016 17:06:58: María: Perfecto
20/08/2016 17:08:07: Pedro: Perfecto! un beso guapa y hasta pronto
20/08/2016 17:08:16: María: [E15]

María fait allusion à une anecdote professionnelle qu'elle souhaite partager avec Pedro, et cette anecdote est présentée de façon humoristique (confusion par un client entre le beurre à l'ail noir et l'estragon, et le foie gras). Cette anecdote cherche à créer un espace de complicité entre eux.

❖ Conversation n° 23P

25/10/2016 09:33:45: María: Hola! Oye que Israel se olvidó mis cajas de tus vinos. Así que me he quedado con 1 Misterio y 1 Charlemos de las cajas de Carlos.
25/10/2016 16:20:30: Pedro: Perfecto!
25/10/2016 16:20:42: María: Total son 20 céntimos yo que yo hago de fraude...
25/10/2016 16:20:45: María: [E07]
25/10/2016 16:22:01: María: Y el pobre Carlos que lo he despojado... Soy una villana
25/10/2016 16:24:02: María: Que sepas que te perdiste una cena de filet mignon en hojaldre que te cagas
25/10/2016 16:24:07: María: [E05]

Dans cette conversation, l'humour est présent dans un triple contexte. En effet, l'humour est présent dans un contexte administratif, où María avoue commettre une fraude de 20 centimes d'euro, ce qui est complètement dérisoire (à 16:20:42). L'humour est aussi présent dans un contexte de gestion des commandes, où María avoue s'être emparée des vins qui ne lui étaient pas initialement destinés (à 16:22:01). Enfin, l'humour est également présent dans un contexte personnel, puisque María fait comprendre à Pedro qu'il a raté un repas exceptionnel puisqu'il n'est pas resté chez elle, en France ; c'est grâce à l'intensificateur « *que te cagas* » que l'humour prend forme, expression vulgaire utilisée entre amis.

6.1.2.3 Conversations ouatsap entre María et Israel

En ce qui concerne les 65 conversations *ouatsap* entre María et Israel, nous avons identifié un total de 31 conversations intégrant des formules stéréotypées et de l'humour (voir tableau n° 30, p. 294).

Tableau n° 30. Formules stéréotypées et humour dans les conversations *ouatsap* entre María et Israel

Conversations		
Formules stéréotypées	2L, 3L, 4L, 6L, 8L, 11L, 12L, 13L, 16L, 18L, 19L, 21L, 22L, 23L, 26L, 33L, 35L, 38L, 39L, 40L, 42L, 44L, 45L, 47L, 48L, 49L, 50L, 52L, 53L, 54L, 55L, 58L, 61L, 65L	(34)
Humour	----	(0)
Formules stéréotypées et humour	1L, 5L, 7L, 10L, 14L, 15L, 17L, 24L, 25L, 28L, 29L, 30L, 31L, 32L, 34L, 36L, 37L, 41L, 43L, 46L, 49L, 51L, 56L, 57L, 59L, 60L, 62L, 63L, 64L	(29)
Images	9L, 20L, 27L	(3)

Nous avons également répertorié les différentes routines conversationnelles présentes dans les conversations *ouatsap* entre María et Israel (voir tableau n° 31, p. 294-296).

Tableau n° 31. Catégorisation des routines conversationnelles entre María et Israel

Formules discursives	D'ouverture	<i>Hola / Hola. / Hola! / Holà / Hola María / Hola niño! Como vais? / Hola nene / Hola guapa / Hola! Qué tal? / Como va esa vendimia? / Y tu como vas? / Bien y tu como vas. / Cómo va tesoro? / Como estas? / Todo bien? / Nene que no me llega na!!! / Nene mis facturas... [E07]</i>
	De fermeture	<i>Gracias María / Ok / Ok. Besos a la familia / [E15] gracias! / Gracias!!! / Vale / De nada guapa / Sip [E10] / [E10] / [E06] / [E08] / [E14] / [E12][E12][E12]</i>
	De transition	<i>Oye / Por cierto / DIME</i>
Formules psychosociales	Expressives	<ul style="list-style-type: none"> • D'excuse : <i>Lo siento / Jo, lo siento / Jo vaya cabeza / Perdóname / Perdóname por la desconexión / Lo siento pero ea que no puedo en otro día</i> • D'accord : <i>Ok. / Vale / Ok perfecto. / Ok. Ya me va bien / Oui / A ver / Seguro. / Ok se lo pido / Ok, luego me cuentas / Si claro / Claro!!! / Ah bueno!!! / Ok perfecto / Ok.genial / Ok. Gracias</i> • De récusation : <i>No jodas</i> • De remerciement : <i>Gracias María / Gracias! / [E15] gracias! / gracias sol / Gracias por todo. Muchas gracias eres un sol / Gracias Israel. /</i>

		<p><i>Gracias!!!</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • De réplique : <i>No pasa nada / De nada guapa / Ya te digo</i> • De chance : <i>Feliz Navidad Pedrito. / Feliz cumpleaños loco. / Y buena vendimia! / Feliz Navidad familia! / Feliz Navidad María / Felices fiestas. / Felicidades</i>
	Commissives	<ul style="list-style-type: none"> • De menace : <i>Al cártel te digo yo que me voy a comprar la próxima vez</i>
	Directives	<ul style="list-style-type: none"> • D'exhortation : <i>Coño nene que me tienes en vilo... / por el amor de dios</i>
	Assertives	<ul style="list-style-type: none"> • D'assertion : <i>Vaya usted a saber...</i> • Émotionnelles : <i>Vaya... / Ah... / Ah! / Mierda / Bueno bueno papá / Ole ole y ole / Ole mi niña / Ole ole. Ya esta bien. / Jope nene / Jope que guapísimo!! / ser el segunda linea mas guapo del equipo! / sois todos unas joyas de la corona / sois la leche todos / soy una lerda / Soy una calamidad / Este es medio gilipollas / Es un colgao / Es un comodón / Esto es cojonudo. / está de p.M. / estar loco de atar / Que cruz que tengo con vosotros! / ¡me cago en sus [E32]! / Que fea dios la etiqueta del Rioja / Madre mía / también lo tenemos jodido</i>
	Rituelles	<ul style="list-style-type: none"> • Salutation d'accueil : <i>Como va esa vendimia? / Todo bien? / Buenas Maria</i> • Salutation de départ : <i>Besos a la familia</i>
	Miscellanées	<ul style="list-style-type: none"> • Intensificateurs : <i>de fiesta mayor</i> • Collocations : <i>Dar el coñazo / Estar cocido de calor / Juntarse con gente muy mala / Largarse de vacaciones / Meter en el trullo / Meter una lima en el bocadillo / Meterlo todo a saco / Morirse del susto / No darle la vida / Pasar de su cara / Pasar de mis mensajes / Ponerse chulo / Ponerse las pilas / Para extraterrestres tu y el Pedro ya me bastáis / Salir de cuentas / Ser como viajar con un extraterrestre / Tener en vilo / Tener una oficio</i> • Routines : <i>A buenas horas, (mangas verdes) / No entrar un vampiro en años / Tener la agenda más apretada que un ministro / Ser una romería / Ser un diálogo de besugos / Ser de los que dios le da mocos a quien no se los sabe sonar / Ser gitanos / Ser el rey del biológico / Jesús es mucho Jesús / Como cuando quien... / Miedo me das... / como que no puede ser / Spain is</i>

		<i>diferent / aún así que tout va bien / rian de rian / No decir ni mu</i>
--	--	----------------------------------------------------------------------------

Nous constatons la profusion d'intensificateurs, de collocations et de routines conversationnelles que nous avons recueillies dans le tableau *supra* (cf. miscellannées). Ces éléments donnent aux échanges conversationnels le dynamisme propre au registre courant, et rendent compte de la versatilité linguistique de chaque interlocuteur, de leur niveau de compétence en langue, de leur niveau d'études ainsi que de la souplesse des registres (i.e., formel, courant, familier et vulgaire). De plus, nous interprétons la présence de ces éléments comme étant particulièrement révélateurs du niveau de complicité existant entre María et Israel.

❖ Conversation n° 1L

08/06/2015 10:47:46: Israel: <image omise> Idea para la fruit
08/06/2015 10:50:22: María: Poner a Evaristo en la barra? [E10] se ha pedido un plátano? [E12]
08/06/2015 11:01:10: Israel: Jajaja [E12][E12][E12][E12][E12][E12]
08/06/2015 11:01:29: Israel: No se ha pedido una pera, jajaja
08/06/2015 11:04:31: María: Pedidle hoy un banana split de postre...
08/06/2015 11:22:04: Israel: Bon courage mon ami
08/06/2015 11:22:29: María: Ya te digo... Courage y lo siguiente

Cette conversation commence avec une image dans laquelle apparaît une connaissance commune de María et Israel, ce qui est à l'origine des plaisanteries entre eux. Par ailleurs, l'alternance codique (i.e., *code switching*) présente dans la conversation n° 1L met en évidence le lien émotionnel d'Israel avec la langue française (Israel est marié avec Lucrecia, d'origine française). Cette alternance codique est également présente dans les conversations n° 30L (e.g., *rian de rian*, adaptation phonologique à l'espagnol de l'expression française « rien de rien »)

En outre, nous constatons la présence de l'intensificateur « *lo siguiente* », qui est devenu très populaire en Espagne ces dernières années, à tel point que les personnes qui l'utilisent reçoivent l'appellation de *siguientistas*⁴³⁴. Il est utilisé par l'énonciateur pour mettre l'accent sur la limite d'une gradation qualitative, qui à priori est présentée comme infranchissable, et que le locuteur propose de dépasser. Dans notre exemple, María affirme avoir besoin de quelque chose de plus

⁴³⁴ ⁴³⁴ https://verne.elpais.com/verne/2017/07/13/articulo/1499945281_856339.html (Date de consultation: 30/09/2017)

que du courage parce que le courage à lui-seul ne lui suffit pas ; le courage est présenté comme la limite d'un continuum (i.e., d'abord le besoin, puis la volonté, ensuite la détermination et, pour finir le courage).

❖ Conversation n° 5L

05/08/2015 12:18:45: María: **Hola niño! Como vais?** Quien hace **vino de verdad** en la rioja? Igual me paseo por ahí un par de días.

Nous constatons des références aux valeurs communes partagées : le vrai vin [*vino de verdad*, en dehors des *Bodegas industriales*], le vin naturel [*natural*] et rien d'autre [*rian de rian*], biologique [*el rey del biológico*] et sans sulfites ajoutées [*sin mierdas*]. Ces valeurs sont agglutinantes et se traduisent par des habitudes ritualisées (i.e, boire du vin naturel pour que le stagiaire s'habitue [*para que se vaya acostumbrando la aprendiz*] ; boire du vin en grande quantité entre professionnels [*8 botellas para 4, divina proporción*]). La mise en réseau des acteurs impliqués va être interprétée comme une sorte de mafia, de cartel ou de lobby. Par ailleurs, le vin qui n'est pas naturel ainsi que les vigneron qui ne savent pas exploiter leurs vignes d'après la tradition des vigneron du vin naturel, bio ou demeter va provoquer des attitudes hostiles (e.g., *vino tan poco interesante*, conversation n° 24L ; *su vino es una mierda / dios da mocos a quien no se los sabe sonar*, conversation n° 45L ; *qué fea dios la etiqueta / Madre mía hasta la cápsula / Parece un vino de broma*, conversation n° 62L) :

Conversations ouatsap entre María et Israel		
N°	Date / heure	Message
5L	05/08/2015 12:18:45	María: Hola niño! Como vais? Quien hace vino de verdad en la rioja? Igual me paseo por ahí un par de días.
24L	12/06/2016 22:20:29	Rucio: Como se puede hacer vino tan poco interesante???
30L	08/08/2016 18:54:51	Rucio: Noticias de mi vino?
	08/08/2016 18:55:04	Rucio: Nuestro vino... [E06]
	09/08/2016 20:55:44	Rucio: Mañana empieza mi aprendiz... La voy a poner a catar Caldo... Que se vaya acostumbrando... [E12]
37L	24/08/2016 17:48:18	Rucio: Necesito un cava
	24/08/2016 17:48:28	Rucio: Quien lo hace sin mierdas
37L	24/08/2016 20:09:27	Israel: A ver castiza. Lo del cava es difícil. Porque todo el mundo dice que es natural y rian de rian
43L	19/09/2016 10:36:34	Israel: Si claro que te hagan precio de amigo de Israel,ya sabes los amigos de mis amigos son mis amigos
	19/09/2016 10:36:56	Rucio: Eso se llama mafia pero me gusta
	19/09/2016 10:37:23	Israel: Más bien es un pequeño looby
	19/09/2016 10:47:34	Israel: Aquí hay que hacer de todo para vender vino
	19/09/2016 14:55:05	Rucio: Debes ser el rey del biológico de la mancha

45L	30/09/2016 17:40:31	Israel: Es de lo poco medio bueno. Pero son de los que dios le da mocos a quien no se los sabe sonar.
	30/09/2016 18:34:17	Rucio: Pues su vino es una mierda
51L	26/10/2016 19:19:57	Israel: Todo bien. Si claro anoche fue duro y duermo en su casa
	26/10/2016 19:29:16	Rucio: Duro?
	26/10/2016 19:29:24	Rucio: Cuenta!
	26/10/2016 19:29:58	Israel: 8 botellas para 4
	26/10/2016 19:30:20	Rucio: La divina proporción
60L	16/12/2016 15:08:49	Rucio: Al cártel te digo yo que me voy a comprar la próxima vez... [E10]
62L	20/12/2016 15:23:16	Rucio: Que fea dios la etiqueta del Rioja
	20/12/2016 15:23:52	Rucio: Madre mía hasta la cápsula el tío la mete en turquesa
	20/12/2016 15:37:46	Rucio: Parece un vino de broma

La conversation n° 30L met en évidence le rapport commercial existant entre María et Israel (i.e., *mi vino / nuestro vino*) ; María a acheté du vin a Israel, elle est la légitime propriétaire de celui-ci mais Israel en est le producteur, ce qui justifie l'utilisation des adjectifs possessifs atones. Le renforcement sémiotique de l'*emoji* induit une réaction émotionnelle positive de la part de María, ce que nous considérons comme étant une manifestation de l'humour.

❖ Conversation n° 10L

15/02/2016 11:54:53: María: Aunque pases de mis mails yo te quiero igual... Como estas?

Comme nous l'avons signalé *supra* (conversation n° 8P), nous interprétons ce tour de parole comme un moyen rhétorique pour attirer l'attention d'Israel (i.e., *captatio benevolentiae*), ce qui est révélateur d'une subtile ironie de la part de María.

❖ Conversation n° 14L

12/04/2016 14:41:11: María: Y vete pensando qué vinos me quieres vender
12/04/2016 21:43:18: Israel: Todos, te tengo reservadas 20000 botellas, una añada completa [E24]
12/04/2016 21:50:26: María: Estupendo... Le voy a cambiar el nombre al bar y ponerse Casa Leré
12/04/2016 22:33:33: Israel: Es un puto crack
12/04/2016 22:33:34: María: El Alzheimer
12/04/2016 22:35:56: Israel: Jajaja
12/04/2016 22:36:20: María: Para extraterrestres tu y el Pedro ya me bastáis
12/04/2016 22:36:23: María: [E12][E12]

María propose à Israel de choisir le vin qu'il souhaite lui vendre, mais Israel profite de l'occasion pour jouer avec les implicites de l'énoncé. C'est ainsi qu'il va lui

proposer de lui vendre les 20000 bouteilles correspondantes à un millésime (i.e., *una añada*, à 21:43:18). Cette hyperbole provoque une réaction de la part de María, qui évoque la possibilité de changer le nom de son entreprise par le nom de la marque des vins d'Israël. Par ailleurs, María utilise également l'hyperbole pour susciter l'humour en associant un oubli passager de sa part à une maladie neurologique dégénérative (i.e., *alzheimer*, à 22:33:34), et en caractérisant Israël et Pedro comme des personnes saugrenus (i.e., *extraterrestres*, ce que nous trouvons également aux conversations n° 25L et n° 43L ; *miedo me das / Que tú eres capaz de todo*[E10], que nous trouvons à la conversation n° 30L ; *el loco de la colina*, qui se trouve à la conversation n° 41L ; *Tú eres una secretaria estupenda*, que nous trouvons à la conversation n° 43L) ou peu sérieuses (i.e., *joyas de la corona*, qui se trouve à la conversation n° 30L ; *Que cruz que tengo con vosotros!*, qui se trouve à la conversation n° 59L). En outre, le nom commun « *crack* », d'origine anglaise (i.e., personne qui se distingue dans une spécialité quelconque), est accompagné de l'intensificateur « *puto* » (i.e., putain de + nom), dépourvu ici de toute signification sexuelle. L'utilisation de cet intensificateur est très fréquente sur les réseaux sociaux virtuels (e.g. *sois lo puto más*), comme le montrent ces exemples tirés de Tweeter⁴³⁵ et de Facebook⁴³⁶. Gómez Capuz (2001 : 56-56) signale que cet intensificateur est naturel en espagnol seulement dans certaines collocations et formes lexicalisées (e.g., *el puto jefe, el puto amo, la puta calle, no tener ni puta idea, de puta madre*) mais son utilisation répond souvent à une traduction en espagnol du mot anglais *fucking*.

Le recours aux *émojis* n'est pas fréquent dans les tours de parole d'Israël car il va se servir presque exclusivement de l'*emoji* [E24]. C'est plus rapide d'insérer les *émojis* [E12] ou [E27] dans les messages que de composer « *Jajajajaja* » ou « *Ole ole y ole* » sur le clavier de l'application *WhatsApp*, pourtant Israël va privilégier les onomatopées ou les interjections, ce qui montre une volonté manifeste de sa part pour les écrire. Il peut s'agir d'une habitude ou bien d'une volonté pour cacher les émotions véhiculées par les *émojis*, ce que nous interprétons comme une sorte de pudeur numérique :

⁴³⁵ https://twitter.com/lzhan_go/status/903189016174104577 (Date de consultation : 30/09/2017)

⁴³⁶ <https://es-es.facebook.com/laschillers/posts/1355788831099739> (Date de consultation : 30/09/2017)

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Israel		
N°	Date / heure	Message
1L	08/06/2015 11:01:10	Israel: Jajaja [E12][E12][E12][E12][E12][E12]
14L	12/04/2016 22:35:56	Israel : Jajaja
29L	06/08/2016 18:20:41	Israel: Jajajajaja , pues nada a colocar [...]
30L	09/08/2016 21:08:15	Israel: Jajajajaja que grande eres [...]
31L	12/08/2016 10:55:20	Israel: Ole ole y ole
34L	20/08/2016 14:54:03	Israel: Jajaja . Y eso que estas en el país de la revolución gastronómica
35L	20/08/2016 15:46:23	Israel: Bien buscados. Ole mi niña
36L	20/08/2016 15:40:11	Israel: No te preocupes allí no se está mal, te lo digo por experiencia jajajajajaja[E24]
36L	20/08/2016 15:43:55	Israel: Jajajajaja pero que gitanos somos los españoles. Jajaja .
43L	19/09/2016 13:39:30	Israel: Jajajaja no te ofendas que era broma
43L	19/09/2016 13:40:37	Israel: [E24]jajajajaja
43L	19/09/2016 15:02:08	Israel: Jajajajaja . Hay que hacer una pornovendimia. Todo dios en pelotas en la viña y en la bodega.
49L	22/10/2016 20:25:11	Israel: Jajajajaja . Si es que te juntas convento muy mala. [E24]
53L	02/11/2016 17:47:20	Israel: Jajajajaja . No te preocupes.
56L	01/12/2016 13:52:26	Israel: Jajajajajaja . No te preocupes. Ni me había fijado.
59L	15/12/2016 21:01:51	Israel: Jajqajajajahs
62L	20/12/2016 11:20:06	Israel: Ole ole . Ya esta bien

❖ Conversation n° 15L

14/04/2016 18:13:43: María: Porque podría ser un percheron así sin el rabo
14/04/2016 18:16:11: Israel: Bueno un culo bien definido siempre es interesante [E24][E24]
14/04/2016 18:19:40: María: [E12][E12][E12]

Les implicites et les doubles sens à caractère sexuel sont très récurrents dans les conversations entre amis en Espagne. Certaines conversations *ouatsap* entre María et Israel présentent un contenu sexuel plus ou moins explicite autour duquel se construit l'humour (e.g., le cul, une pornovendange, tout le monde à poil, se mettre à poil, la revue Penthouse, le mouvement hippie [*Flower Power*], l'hédonisme, un calendrier à poil, les cochons), ce qui est révélateur du niveau de confiance existant entre eux :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Israel		
N°	Date / heure	Message
15L	14/04/2016 18:16:11	Israel: Bueno un culo bien definido siempre es interesante [E24][E24]
43L	19/09/2016 15:02:08	Israel: Jajajajaja. Hay que hacer una pornovendimia. Todo dios en pelotas en la viña y en la bodega
	19/09/2016 15:02:46	Rucio: Seguro que encuentras adeptos...
	19/09/2016 15:03:41	Israel: Adeptos ya te digo yo que sí, adeptas va a ser más difícil.
	19/09/2016 15:06:36	Rucio: Y a Lucrecia le va a gustar bien poco la idea
	19/09/2016 15:06:45	Rucio: [E06]
	19/09/2016 15:07:08	Israel: Bueno el tema es que ella se despelote también
	19/09/2016 15:08:28	Rucio: Ah bueno!!!
	19/09/2016 15:08:56	Rucio: Flower Power!!!

	19/09/2016 15:09:57	Israel: No no Penthouse. Pero nada sexual. Sólo hedonismo
	19/09/2016 15:10:16	Rucio: Claro!!! Arte...
63L	24/12/2016 18:40:09	Rucio: Lo que tenéis que hacer es un calendario en pelota... eso sí que vende! [E12][E12][E12][E12]
64L	25/12/2016 17:56:32	Israel: Que tia, cuanto te gustan los cochinos.

❖ Conversation n° 17L

21/04/2016 21:40:58: María: Queridos amigos: Os anuncio la apertura de mi bar/bodega. Os propongo, pido, ruego y suplico que participéis al crowdfunding. Os estaré eternalmente agradecida y os espero detrás de la barra. Descubridlo rápido: http://bit.ly/XXXXXXX

Nous considérons que la concaténation de verbes de suggestion et de demande présents dans cette conversation (i.e., *proponer, pedir, rogar, suplicar*) ainsi que l'hyperbole *eternalmente agradecida* (i.e., éternellement reconnaissante) sont une manifestation de l'humour de María. Il faut toutefois signaler le barbarisme *eternalmente* au lieu de la forme correcte *eternamente* ainsi que le problème de rectio[n] verbale (i.e., *participar al crowdfunding* au lieu de *participar en el crowdfunding*).

❖ Conversation n° 28L

30/07/2016 13:28:47: Rucio: Me harás el emcs no?
30/07/2016 13:28:59: Rucio: Que sino me matan los de la aduana
30/07/2016 13:30:58: Israel: Pero a la vuelta mañana no

María utilise cette hyperbole pour capter l'attention d'Israel et mettre l'accent sur l'importance de l'EMCS. Nous considérons le recours à cette figure rhétorique comme une manifestation de l'humour de María, comme c'est le cas pour la conversation n° 31L (*me lo sacan [quitan] de las manos*, on se l'arrache).

❖ Conversation n° 29L

06/08/2016 12:45:14: Rucio: Hola. Qué tal en el frío norte?
06/08/2016 17:38:17: Rucio: Voy a comprar maderas para las estanterías de la bodega
06/08/2016 17:39:07: Rucio: Porque lo metí todo a saco y como que no puede ser
06/08/2016 18:20:41: Israel: Jajajajaja, pues nada a colocar. Pues llamó por la mañana y te cuento

Les routines conversationnelles utilisées par María sont également une manifestation de l'humour (e.g., *meterlo todo a saco / ranger à la va-vite ; como que no puede ser / ça va pas du tout*). De plus, le stéréotype du nord comme étant un environnement froid et agréable pendant les vacances estivales fait l'objet d'une plaisanterie de María.

❖ Conversation n° 31L

12/08/2016 10:41:28: Rucio: Jacobinos es una bomba atómica. Me lo sacan de las manos. [E06]
12/08/2016 10:55:20: Israel: Ole ole y ole
12/08/2016 11:28:14: Israel: Pues te mando un par de palets en cuanto quieras. [E24]
12/08/2016 20:22:36: Rucio: Tu manda de momento el emcs
12/08/2016 20:22:50: Rucio: Que soy una contrabandista

María utilise également cette hyperbole pour capter l'attention d'Israel et mettre l'accent sur le succès de son vin et du problème du stock (*me lo sacan [quitan] de las manos*, on se l'arrache). L'utilisation de cette figure rhétorique comme manifestation de l'humour trouve une réponse favorable dans le tour de parole d'Israel, qui a recours aussi à l'hyperbole (l'envoi de deux palettes de vin). María va rappeler à Israel les démarches administratives légales à suivre, et elle va atténuer le caractère directif de son énoncé (*tu manda de momento el emcs*, commence par m'envoyer l'ecms) en se caractérisant elle-même comme contrebandière.

❖ Conversation n° 36L

23/08/2016 08:55:35: Rucio: Dice que solo les pasa con España... [E22]
23/08/2016 09:45:14: Israel: Efectivamente. Spain is diferent

Certains stéréotypes ancrés dans l'inconscient collectif espagnol vont apparaître dans leurs échanges conversationnels : le sentiment d'infériorité vis-à-vis de l'Europe (conversation n° 36L) et les gitans présentés comme des voleurs (conversation n° 34L) :

20/08/2016 15:43:55: Israel: Jajajajaja pero que gitanos somos los españoles. Jajaja.

❖ Conversation n° 41L

16/09/2016 13:42:01: Rucio: Cómo va tesoro?
16/09/2016 14:11:29: Israel: Bien y tu como vas. Tengo noticias sobre el viaje. De momento Pedro no subirá
16/09/2016 14:56:31: Rucio: Yo aquí friendo patatas
16/09/2016 14:56:36: Rucio: [E10]

L'action évoquée par María à 14:56:31 apporte ici un air de quotidienneté et évoque une attitude décontractée qui va être renforcée par l'emoji E10, ce que nous interprétons comme une manifestation de l'humour.

❖ Conversation n° 43L

19/09/2016 13:40:37: Israel: Y no te pongas chula con un hombre de la mancha que produce 300000 kilos de uva
19/09/2016 13:40:45: Israel: [E24]jajajajaja
19/09/2016 14:02:29: Rucio: Y lo bien que me va vender vino de la tierra de rucio. Es un marketing genial
19/09/2016 14:55:32: Rucio: Voy a abrirte un club de fans para noviembre

María fait une plaisanterie à 14:02:29 lorsqu'elle met en rapport les vins produits par Israel et l'âne de Sancho Panza (Rucio, le nom de son entreprise). Par ailleurs, María réagit au volume de raisin produit par Israel en lui proposant d'ouvrir un fan club comme une sorte de reconnaissance à son égard, une deuxième plaisanterie de sa part.

❖ Conversation n° 46L

08/10/2016 14:05:59: Rucio: Ya tenéis fecha?
08/10/2016 14:09:46: Israel: Hola si saldré el día 24
08/10/2016 14:13:03: Rucio: Y cuando pensabas avisarme???
08/10/2016 14:13:16: Rucio: Ei 23??? [E11]
08/10/2016 14:14:46: Rucio: Cuál es el plan? Porque aquí al principio de la semana como que chungo para organizar algo
08/10/2016 14:59:04: Israel: No pensaba avisarte el 22
08/10/2016 14:59:13: Israel: [E24]jajajajaja

María reproche à Israel de la prévenir tardivement de leur arrivée en France le 25 octobre. Elle lui demande s'il comptait la prévenir la veille, ce à quoi il répond de façon ironique afin de calmer la crispation de celle-ci.

❖ Conversations n° 56L et n° 57L

Conversation n° 56L
01/12/2016 13:49:58: Rucio: Vale. Te he pagado esta mañana
01/12/2016 13:50:10: Rucio: Se me había traspapelado la factura
01/12/2016 13:50:13: Rucio: Perdóname
01/12/2016 13:52:26: Israel: Jajajajajaja. No te preocupes. Ni me había fijado.
01/12/2016 13:53:45: Rucio: Me da mucho apuro olvidarme de pagar
01/12/2016 13:54:23: Israel: A mi no, no te preocupes. Jajajaja
01/12/2016 13:55:12: Rucio: La próxima la pierdo entonces... [E12]
01/12/2016 14:05:23: Israel: Ok. Luego me lo cobro en lo que pueda comer y beber. [E24]
01/12/2016 21:16:23: Rucio: [E10] Vale aceptamos pulpo
01/12/2016 21:16:38: Rucio: Por cierto que no he pagado aún el queso
01/12/2016 22:26:30: Rucio: Mételo como curso de cara
01/12/2016 22:26:35: Rucio: Cata
01/12/2016 22:26:39: Rucio: [E10]

01/12/2016 22:31:33: Israel: Jajajaja. Eso es solo para profesionales
Conversation n° 57L
08/12/2016 14:14:21: Rucio: Hola nene. Cuando me envías cositas?
08/12/2016 14:37:01: Israel: El viernes
08/12/2016 17:37:50: Rucio: Ok
09/12/2016 17:37:27: Israel: Tres cajas de Jacobino está bien
09/12/2016 17:39:03: Rucio: 2
09/12/2016 17:39:27: Israel: Ok. Algo más?
09/12/2016 17:39:45: Rucio: 10 mil euros?
09/12/2016 17:39:49: Rucio: [E10]
09/12/2016 17:40:19: Israel: En billetes pequeños o te da igual
09/12/2016 17:40:55: Rucio: Da igual... mételo con los chorizo
09/12/2016 17:41:56: Israel: Ok. Sin problemas.
09/12/2016 17:44:10: Israel: Quesos? tengo uno de cada aquí en la cámara
09/12/2016 17:44:50: Rucio: No he pagado ninguno aún
09/12/2016 17:44:55: Rucio: [E22]
09/12/2016 17:45:12: Rucio: Será que no tengo la factura
09/12/2016 17:45:44: Israel: No jodas no puede ser, voy a hablar ahora mismo con administración
09/12/2016 17:46:35: Rucio: Porque si son gratis puedes meterme lo que quieras...

Les démarches professionnelles font également l'objet de plaisanteries. En effet, une facture impayée à la conversation n° 56L, et la gestion de la commande à la conversation n° 57L font l'objet d'une plaisanterie mutuelle, ce qui rend compte du niveau de complicité entre les deux interlocuteurs / interactants. Par ailleurs, nous constatons un problème de saisie prédictive du texte à la conversation n° 56L (*cara* pour *cata*, dégustation, à 22:26:30).

❖ Conversation n° 49L et 59L

Conversation n° 49L
22/10/2016 17:19:31: Rucio: Noticias jamoneras?
22/10/2016 19:58:22: Israel: Nada cerrados. Para matarte
Conversation n° 59L
15/12/2016 17:29:38: Rucio: Nene que no me llega na!!!
15/12/2016 19:34:42: Rucio: Neneeee
15/12/2016 19:35:26: Israel: Que no saben naaaa. Mañana me llaman
15/12/2016 20:05:14: Rucio: Vale
15/12/2016 20:05:40: Rucio: Que cruz que tengo con vosotros!
15/12/2016 21:01:51: Israel: Jajqjajajahs

María fait un usage créatif et ludique de la langue comme moyen d'atténuation de son impatience (« *noticias jamoneras?* » [des nouvelles de mon jambon ?]). De plus, l'itération du phonème /e/ met ici en évidence l'impatience de María (« *Neneeee* »). Israel va répondre à María en utilisant la même stratégie (i.e., « *Que no saben naaaa* » caractérisée par l'itération du phonème / a / et l'ellipse de la dernière syllabe du pronom indéfini « *nada* » pour répondre à l'insistance de María).

Nous voyons également une fonction phatique dans le tour de parole d'Israel ; l'itération phonétique justifie l'absence de participation d'Israel (i.e., il n'a pas donné des nouvelles à María mais il suit de près l'évolution de la livraison).

❖ Conversation n° 60L

16/12/2016 15:04:01: Rucio: jme cago en sus [E32]!

16/12/2016 15:04:27: Rucio: Yo quiero mi chorizo

Nous considérons que la fonction euphémistique de l'*emoji* E32 dans la forme lexicalisée de 14:04:01 est une manifestation de l'humour dans une situation particulièrement tendue puisque María n'a pas été livrée du chorizo qu'elle a commandé et dont elle a besoin de toute urgence.

❖ Conversation n° 63L

24/12/2016 15:21:07: Israel: Feliz Navidad María es una alegría haberte conocido y tenerte como amiga. Lucrecia, Lalo y yo te mandamos un super abrazo y Felices fiestas.

24/12/2016 15:24:56: Rucio: Gracias Israel. Ese niño es precioso... tú estás seguro de ser el padre? [E10]. A ver si nos vemos pronto. Un beso te

Nous souhaitons mettre en évidence la conversation n° 63L dans la mesure où elle est révélatrice du lien d'amitié existant entre María et Israel puisque María se permet de mettre en doute la paternité de l'enfant de son partenaire commercial (i.e., « *tú estás seguro de ser el padre?* », Es-tu sûr d'être son père ?).

6.1.3 Niveau de langue courant.

Le niveau de langue courant est révélateur du degré de complicité qui existe entre les interlocuteurs. Nous allons analyser les manifestations du niveau de langue courant dans les conversations menées entre María et chacun de ses interlocuteurs. Nous proposerons un tableau synthétique récapitulatif avec les manifestations de celui-ci pour chaque binôme (María et Jesús, María et Pedro, María et Israel).

6.1.3.1 Conversations ouatsap entre María et Jesús

Les échanges conversationnels entre María et Jesús (i.e., dimension dialogique) relèvent d'un discours caractérisé par l'oralité, la spontanéité et

l'expressivité, et qui privilégie la fonction communicative de la langue. En effet, les formules de salutation sont très simples et libres (voire inexistantes), textuelles et/ou iconographiques, intégrant un ou plusieurs sous-actes, ce qui met en évidence le niveau de langue courant :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Jesús		
N°	Date / heure	Message
1J	06/06/2016 22:23:31	Jesús: [E29][E01] ⁴³⁷
2J	08/06/2016 14:37:44	Jesús: Aloha!! He hablado con Carlos y el me envia el viernes sus cosicas(queso...) y yo lo recibo el lunes. Asi que cambio todo el plan mio de el lunes al martes y te veo lunes por la mañana. Si tienes bañador acabamos en la piscina, que Idoia (mi chica) seguro que quiere piscina[E01]
	08/06/2016 17:17:37	Jesús: A las 6 solo hay lagartos y se pasea la muerte en bicicleta jot jot lunes nos vemos!! [E30]
3J	12/06/2016 19:01:41	Rucio: Hola.
3J	12/06/2016 20:42:21	Jesús: hoola!!
3J	12/06/2016 21:03:07	Rucio: Eso haré. [E01]
5J	17/06/2016 11:39:52	Rucio: Hola!!! No te olvides de enviarme los datos del banco...
	21/06/2016 10:33:37	Rucio: Gracias guapo
	21/06/2016 10:33:48	Jesús: [E03]
7J	20/07/2016 17:23:34	Rucio: Nene que te tengo que pagar!!
	21/07/2016 10:39:37	Jesús: okis okis eso la procima semana, pasame pedido para ver si hay de todo[E01]
9J	28/07/2016 11:09:45	Rucio: Hola?
	28/07/2016 11:09:50	Rucio: [E07]
11J	31/08/2016 18:29:30	Rucio: Hola. Ya tengo los emcs de los otros. Te los mando por mail y me dices si puedes hacerme uno. Ok?
12J	16/09/2016 13:04:12	Jesús: taluego!!
	16/09/2016 13:04:25	Rucio: [E14]
	16/09/2016 13:04:33	Jesús: [E01]
13J	19/09/2016 20:31:55	Rucio: Hola!
	20/09/2016 18:50:06	Jesús: Esta mañana no pude contactar al de hacienda para ver el documento equivalente al de israel que hay que hacer. Dame tiempo para mirarlo y lo bueno es que una vez que aprenda me sirve para otros envios. [E29]
14J	03/10/2016 14:20:18	Rucio: Hola

Nous avons répertorié les formules de salutations présentes dans les conversations *ouatsap* entre María et Jesús (voir tableau n° 32, pp. 306-307).

Tableau n° 32. Formules de salutation entre María et Jesús

<p>• Formules de salutation d'ouverture⁴³⁸ :</p> <p><i>Hola.</i> + énoncé professionnel</p> <p><i>Hola!!!</i> + énoncé professionnel</p> <p><i>hoola!!</i> + énoncé professionnel</p>

⁴³⁷ Nous avons mis en gras les manifestations de la langue courante en vue d'une lecture plus efficace.

⁴³⁸ Nous avons marqué le changement de tour de parole avec le signe « ~ ».

<ul style="list-style-type: none"> · Formules de salutation d'ouverture sur plusieurs tours de parole : <i>Hola!</i> ~ énoncé professionnel ~ [E07] <i>Hola?</i> ~ [E07] <i>Hola</i> ~ énoncé professionnel
<ul style="list-style-type: none"> · Formules de salutation de fermeture : <i>taluego!!</i> <i>lunes nos vemos!!</i> [E30] <i>Eso haré.</i> [E01] <i>Ok. Gracias!!!</i> <i>Gracias + vocatif (guapo)</i>
<ul style="list-style-type: none"> · Formules de salutation dans d'autres langues : <i>Aloha!!</i> + énoncé professionnel
<ul style="list-style-type: none"> · Émojis : [E29] [E01] [E07]
<ul style="list-style-type: none"> · Formule discursive de transition : Marqueur (<i>Oye</i>) + énoncé professionnel
<ul style="list-style-type: none"> · Acte directif, en formulant une question sur un sujet, ou bien un acte de parole indirect pour demander ou donner des ordres : <i>Te recojo con furgonetas blanco, estoy fuera</i>[E01] <i>okis okis eso la proxima semana, pasame pedido para ver si hay de todo</i>[E01] <i>Pasame por mail y le echo un vistazo!!</i>[E27][E35][E26] <i>Estas vendimiando?</i> <i>Nene que te tengo que pagar!!</i>
<ul style="list-style-type: none"> · Vocatif + énoncé professionnel : <i>Tesoro te puedo enviar a Manu?</i>

Nous considérons que la forme interrogative « *Hola?* » (conversation n° 9J à 11:09:45) présente une double valeur illocutoire. En effet, elle intervient comme formule de salutation et comme moyen de vérification du canal de communication (i.e., fonction phatique). Nous avons recueilli sous forme de tableau la nature des énoncés professionnels et personnels ainsi que les questions personnelles et professionnelles présentes dans les conversations *ouatsap* entre María et Jesús (voir tableau n° 33, p.307-308), ce qui met en évidence les aspects interculturels liés au contexte professionnel :

Tableau n° 33. Nature des énoncés et des questions dans les conversations *ouatsap*

<ul style="list-style-type: none"> · Énoncés professionnels. Transactions : Gestion des commandes : données fiscales de Rucio Paiement des Factures
<ul style="list-style-type: none"> · Questions professionnelles. Transactions : Intérêt pour l'entreprise de María Conseil professionnel sur les parasites (mildiou) Visite en France des partenaires : planification Visite en Espagne de María : planification et organisation, déplacement Envoi des ECMS Envoi et paiement des factures Délais de livraison Intérêt pour la vendange

· Énoncés et questions personnelles :

Aller à la piscine avec son partenaire commercial lors de la première rencontre présentielle
Bars et restaurants pour manger en Espagne

Nous constatons la présence de phrases courtes (e.g., « *Ok. Pago hecho* »), comportant souvent des ellipses (e.g., « *en campo ahora* » [estoy en el campo ahora] ; « *10 es guay* » [a las 10 es guay] ; « *lunes nos vemos* » [el lunes nos vemos]). De plus, les phrases subordonnées sont rares ; la coordination et la juxtaposition sont fréquemment utilisées dans leurs échanges conversationnels. Nous considérons que le contexte professionnel des interlocuteurs / interactants justifie ces faits de langue. En effet, les vigneron·nes passent leurs journées à travailler dans les champs, ils n'ont pratiquement pas le temps de répondre au téléphone, de consulter leurs courriers électroniques ni de gérer les démarches administratives de leurs entreprises, raison pour laquelle Jesús consulte *WhatsApp* dès qu'il a l'occasion, et répond à ses messages *ouatsap* avec des énoncés souvent réduits à un niveau de compréhension minimal. Par ailleurs, María travaille toute seule dans sa boutique, et n'a pas le temps de s'occuper au même moment de ses clients, de préparer les commandes, de répondre au téléphone, de préparer les repas et de gérer les démarches administratives de son entreprise, raison pour laquelle María consulte *WhatsApp* dès qu'elle en a l'occasion, et répond à ses messages *ouatsap* avec des énoncés souvent réduits à un niveau de compréhension minimal :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Jesús		
N°	Date / heure	Message
3J	12/06/2016 20:48:27	María: 10 es guay
5J	21/06/2016 10:27:39	Jesús: mañana miércoles miro mails... en campo ahora
8J	26/07/2016 12:27:31	María: Ok. Pago hecho
10J	31/07/2016 22:28:57	María: Vemos mañana. Pero creo que me vas a tener que mandar tu. Te mando un mail con las cantidades
14J	03/10/2016 14:30:40	Jesús: ya me dices día para estar

Toutefois, dès qu'il s'agit d'apporter des précisions sur des sujets concernant le domaine professionnel, les phrases deviennent un peu plus longues, mais elles comportent tout de même des ellipses (e.g., conversation n° 10J à 11:28:11 et à 14 01:44) :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Jesús		
N°	Date / heure	Message
2J	08/06/2016 14:37:44	Jesús: Aloha!! He hablado con Carlos y el me envia el viernes sus cosicas(queso...) y yo lo recibo el lunes. Asi que cambio todo el plan

		mio de el lunes al martes y te veo lunes por la mañana. Si tienes bañador acabamos en la piscina, que Idoia (mi chica) seguro que quiere piscina[E01]
10J	01/08/2016 11:28:11	María: A ver... Ya es tarde para avisar a Manu. O sea que vamos a hacerlo normalmente: 120 jabatos, 120 monsters y 48 Tennesseees. Por transporte con emcs. Es posible? Porque Israel no está en Madrid para prestarte el emcs...
10J	01/08/2016 14:01:44	María: Por partes: Manu no viene. Necesito vino. Entonces me lo mandas con el procedimiento normal. Pero me dijiste que usemos otro emcs (no sé porque). Pero si puedes enviarme con tu emcs perfecto. Te llamo en un rato estoy esperando en la cola del paro...

Il nous semble pertinent de signaler la fonction référentielle du diminutif « *cosicas* » (à 14:37:44) dans la mesure où celui-ci véhicule une désignation géographique précise (Castilla-La Mancha ⁴³⁹) (i.e., variation linguistique). L'intonation apparaît souvent marquée dans les conversations par l'itération de certains phonèmes (e.g., paragoge [« *nooo* » / « *siiii* »]; épenthèse [« *hoola!!* »]; prothèse [« *toooo* », apocope du mot « *todo* »]) et des signes de ponctuation pour montrer soit l'étonnement (e.g., « *Hace ya tiempo de piscina???* »), soit l'inquiétude (e.g., « *Frontera pasada con vino??* »), soit le doute (e.g., « *Qué hago??* ») soit la menace (e.g., « *Pero mándame eh???* »). De plus, les points de suspension sont fréquents dans leurs échanges conversationnels, notamment dans les interventions de María, ce que nous interprétons comme un moyen de marquer les pauses et les silences inhérents à la conversation orale, ou bien comme une volonté manifeste de ne pas dévoiler ses pensées (i.e., énoncés suspendus) (e.g., conversation n° 1J à 22:21:15 : *Vale por el wasap... [si cela t'arrange / puisque tu insistes car je dois payer le roaming en dehors de la France / etc.]*) :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Jesús		
N°	Date / heure	Message
1J	06/06/2016 22:21:15	María: Vale por el wasap ...
2J	08/06/2016 14:41:08	María: Hace ya tiempo de piscina????
2J	08/06/2016 14:41:08	María: Guay!!
2J	08/06/2016 14:37:44	Jesús: Aloha!!
3J	12/06/2016 20:42:21	Jesús: hoola!! dime a que hora paso a buscate[E01][E029]
3J	12/06/2016 21:01:18	Jesús: Yo estoy en sojuela, si no tomabamos algo ...mejor das vuelta por la plaza y te guias por instinto ...o haces dieta ...mañana podemos tomar algun pincho en laguardia, ahi controlo mas que en fuen[E01][E03]
4J	14/06/2016 09:11:12	María: Ok. Gracias!!!
4J	13/06/2016 22:18:17	Jesús: frontera pasada con vino??
5J	21/06/2016 10:27:39	Jesús: mañana miércoles miro mails ... en campo ahora

⁴³⁹ https://cvc.cervantes.es/foros/leer_asunto1.asp?vCodigo=32843 (Date de consultation : 30/09/2017)

5J	21/06/2016 10:31:12	María: Sino te pago está así a pelo y luego vemos por los pedidos siguientes...
5J	21/06/2016 10:32:47	Jesús: agua con ozono... te lo paso mañana en mail también
5J	21/06/2016 10:33:26	Jesús: mañana a primera hora te maileo toooo
5J	17/06/2016 11:39:52	María: Hola!!! No te olvides de enviarme los datos del banco...
7J	20/07/2016 17:23:34	María: Nene que te tengo que pagar!!
7J	20/07/2016 17:23:48	María: Y necesito vino urgente!!!!
10J	01/08/2016 11:28:11	A ver... Ya es tarde para avisar a Manu. O sea que vamos a hacerlo normalmente: 120 jабatos,120 monsters y 48 Tennesseees. Por transporte con emcs. Es posible? Porque Israel no está en Madrid para prestarte el emcs...
10J	01/08/2016 14:01:44	Por partes: Manu no viene. Necesito vino. Entonces me lo mandas con el procedimiento normal. Pero me dijiste que usemos otro emcs (no sé porque). Pero si puedes enviarme con tu emcs perfecto. Te llamo en un rato estoy esperando en la cola del paro...
10J	31/07/2016 20:27:37	Jesús: Que hago??
12J	16/09/2016 12:56:50	Jesús: nooo es muy pronto para nosotros y hoy llueve
12J	16/09/2016 13:01:05	María: Ok. Pero mándame eh???
12J	16/09/2016 12:59:44	Jesús: siiiiii

L'utilisation d'*emojis* et d'onomatopées est récurrente dans les échanges conversationnels entre María et Jesús, comme nous l'avons signalé *supra* :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Jesús		
Nº	Date / heure	Message
1J	06/06/2016 22:23:11	Jesús: Okis!!
2J	08/06/2016 17:17:37	A las 6 solo hay lagartos y se pasea la muerte en bicicleta jot jot lunes nos vemos!! [E30]
4J	13/06/2016 19:30:50	Jesús: El día no ha acabado jaja estoy dead [E34]
5J	17/06/2016 19:26:05	Jesús : okis okis!! [E01][E29]
7J	21/07/2016 10:39:37	Jesús: okis okis eso la procima semana, pasame pedido para ver si hay de todo [E01]
12J	16/09/2016 13:04:07	Jesús: jajaja

Nous avons également fait référence *supra* à l'alternance codique (i.e., *code switching*) dans les conversations *ouatsap* que nous interprétons ici comme étant une manifestation du principe de l'économie du langage (e.g., « *ok* ») ou bien comme volonté de l'énonciateur d'apporter au discours un style décontracté et, de ce fait, proxémique (e.g., « *estoy dead* » [*estoy muerto*] ; « *Aloha!!* »). Nous remarquons également l'utilisation de néologismes (e.g., « *mailear* » [envoyer des mails] ; « *fronterear* » [franchir la frontière]) et la réappropriation des mots d'origine étrangère (e.g., « *jot jot* » comme manifestation de l'adaptation phonologique à l'espagnol de l'anglais « *hot hot* » [chaud] en prenant appui sur la consonne vélaire /xot/ ; « *wasap* » comme manifestation de l'adaptation phonologique à l'espagnol de l'anglais *WhatsApp* en prenant appui sur la consonne gutturale : /ua/ > /gwa/), ce qui confère aux échanges une sorte d'alternance codique :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Jesús		
N°	Date / heure	Message
2J	08/06/2016 14:37:44	Jesús: Aloha!!
2J	08/06/2016 17:17:37	A las 6 solo hay lagartos y se pasea la muerte en bicicleta jot jot lunes nos vemos!! [E30]
4J	14/06/2016 09:11:12	María: Ok . Gracias!!!
4J	13/06/2016 19:30:50	Jesús: El día no ha acabado jaja estoy dead [E34] te hago factura y me mandas todo ok al fronterear a france [E01]
5J	21/06/2016 10:33:26	Jesús: mañana a primera hora te maileo toooo
7J	21/07/2016 10:15:40	Jesús : sorry!! [émoticône]
9J	28/07/2016 11:15:22	work
10J	01/08/2016 19:22:0	okis mejor por telefono que no se que hacer [E01]
12J	16/09/2016 12:59:51	no problem

Un autre aspect que nous avons relevé est l'utilisation des contractions, des imprécisions liées à la spontanéité du message ou à la saisie prédictive de l'application (e.g., « *Te recojo con furgonetas blanco, estoy fuera* », conversation n° 4J à 09:58:00), des apocopes (e.g., « *toooo* » [todo]), des crases linguistiques (e.g., « *taluego* » [*Hasta luego*] qui subit un phénomène d'aphérèse préalable [« *ta* » pour « *hasta* »]) ainsi que l'utilisation de mots argotiques (e.g., « *guay* ») comme le montrent les exemples suivants :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Jesús		
N°	Date / heure	Message
1J	06/06/2016 22:23:11	Jesús: Okis!!
1J	06/06/2016 22:21:15	María: Vale por el wasap...
2J	08/06/2016 14:41:08	María : Guay!!
2J	12/06/2016 20:48:27	María: 10 es guay
4J	14/06/2016 09:11:12	María : Ok . Gracias!!!
5J	21/06/2016 10:33:26	Jesús: mañana a primera hora te maileo toooo
5J	17/06/2016 19:26:05	Jesús : okis okis!! [E01][E29]
7J	21/07/2016 10:39:37	Jesús: okis okis eso la procima semana, pasame pedido para ver si hay de todo[E01]
9J	28/07/2016 11:15:18	Jesús: no tengo tiempi
10J	01/08/2016 19:22:0	Jesús: Sip que yo tengo restringidas llamadas, ya estoy [émoticône]
12J	16/09/2016 13:04:12	Jesús: taluego!!

Enfin, il nous semble important de signaler la présence d'explétifs et de tics de langage dans les échanges conversationnels entre María et Jesús (e.g., « *entonces* » [conversation n° 10J à 14:01:44] ; « *o sea* » [conversation n° 10J à 11:28:11] ; « *pues* » [conversations n° 5J à 10:28:24 / n° 12J à 12:59:20] ; « *a ver* » [conversation n° 10J à 11:28:11]), ce qui est caractéristique de la langue courante.

6.1.3.2 Conversations ouatsap entre María et Pedro

Les échanges conversationnels entre María et Pedro mettent en évidence un niveau de langue courant. En effet, les formules de salutation sont très simples et libres (voire inexistantes), textuelles et/ou iconographiques, intégrant un ou plusieurs sous-actes, ce qui met en évidence le niveau de langue courant, comme le montrent les exemples suivants :

Conversations ouatsap entre María et Pedro		
N°	Date / heure	Message
1P	11/07/2015 13:38:53	María: Hola! Cuando vienes?
	11/07/2015 21:20:41	Pedro: Hola María , llegó el miércoles
2P	21/07/2015 09:29:04	María: Hola nene . Lucas me dice que no tiene tu factura.
3P	05/08/2015 12:19:12	María: Hola niño! Como vas? Quien hace vino de verdad en la rioja? Igual me paseo por ahí un par de días.
	05/08/2015 12:20:43	Pedro: Hola guapa , mira en internet y busca "Vinos Sueños", dile que me conoces...
5P	03/09/2015 13:02:13	María: Mi niño pi noir tiene madera?
	03/09/2015 13:47:51	María: De verdad que es muy bueno. Y los chicos han vuelto encantados contigo. Gracias
	03/09/2015 14:19:18	Pedro: Gracias a ti, guapísima
6P	24/12/2015 09:44:22	María: Feliz Navidad guapísimo!!!
	24/12/2015 19:11:25	Pedro: Hola María , espero que tu también seas muy feliz y mucha salud!
8P	15/02/2015 11:54:40	María: Aunque pases de mis mails yo te quiero igual... Como estas?
	15/02/2015 11:56:27	Pedro: Hola María , estiy bien! a tope de trabajo...y no paso de tus mails, te conteté, o eso creo
10P	23/04/2016 19:32:14	María: Hola Pedro! Que tal estas? Oye si quiero vino de Laura quien lo importa aquí?
12P	10/05/2016 22:55:53	María: Hola Pedrito!!
	10/05/2016 23:03:22	Pedro: Ok, un beso fuerte
	10/05/2016 23:03:39	María: Besos!!
13P	21/06/2016 13:24:40	María: Hola Pedro.
	21/06/2016 13:24:52	María: Como estas?
	21/06/2016 13:25:04	Pedro: Hola
14P	08/07/2016 22:20:33	Pedro: Hola maría , vas ha querer aceite
	08/07/2016 22:21:12	María: Si! Me olvidé. Un par de garrafas. Que israel me mete tambien
	08/07/2016 22:24:05	María: Ok! Perfecto
	08/07/2016 22:24:11	Pedro: Ok
16P	20/08/2016 16:43:07	María: Oye cielito me mandas el emcs?
	20/08/2016 16:43:19	María: Y la factura?
	20/08/2016 16:44:18	María: Que me dice Israel que cada uno el suyo
	20/08/2016 16:45:36	Pedro: Tienes que mandarme tu mNúmero de emcs y datos fiscales
	20/08/2016 16:45:48	Pedro: Como vas
	20/08/2016 17:08:07	Pedro: Perfecto! un beso guapa y hasta pronto
	20/08/2016 17:08:15	Pedro: Octubre
	20/08/2016 17:08:16	María: [E15]
17P	22/08/2016 11:08:00	Pedro: Hola María te he quitado 50 céntimos en cada botella
	22/08/2016 11:09:52	María: Y eso???
	22/08/2016 11:10:48	Pedro: Me he levantado bien!
	22/08/2016 11:12:02	María: Pues gracias!!! [E01] [E16]
21P	11/10/2016 18:10:18	María: Hola... Israel me dice que viene solo
	13/10/2016 12:13:25	María: [E15]

22P	13/10/2016 19:21:13	Pedro: Hola María , nos mandaste el número de EMCS?
	13/10/2016 19:46:10	María: Pues claro
	13/10/2016 19:46:35	María: Es el mismo de la otra vez
	13/10/2016 19:54:13	Pedro: Ok
	13/10/2016 19:54:29	Pedro: Gracias! guapa!!
23P	25/10/2016 09:33:45	María: Hola! Oye que Israel se olvidó mis cajas de tus vinos. Así que me he quedado con 1 Misterio y 1 Charlemos de las cajas de Carlos.
	25/10/2016 16:24:02	María: Que sepas que te perdiste una cena de filet mignon en hojaldre que te cagas
	25/10/2016 16:24:07	María: [E05]

Nous avons répertorié les formules de salutations présentes dans les conversations *ouatsap* entre María et Pedro (voir tableau n° 34, pp. 313-314).

Tableau n° 34. Formules de salutation entre María et Pedro

<p>· Formules de salutation d'ouverture⁴⁴⁰ :</p> <p><i>Hola</i> <i>Hola...</i> + énoncé professionnel <i>Hola</i> + prénom (<i>Pedro</i>) <i>Hola</i> + prénom (<i>Pedro</i>) + énoncé professionnel <i>Hola</i> + prénom (<i>Pedro</i>) + formule stéréotypée expressive de chance <i>Hola</i> + vocatif (<i>nene / guapa</i>) + énoncé professionnel <i>Hola</i> + vocatif (<i>niño</i>) + exclamation + formule de salutation (<i>Como vas?</i>) + énoncé professionnel <i>Hola</i>, + énoncé professionnel <i>Hola!</i> + énoncé professionnel Formule de salutation (<i>Que tal?</i>) <i>Queridos</i> + vocatif (<i>amigos</i>) Énoncé professionnel + formule de salutation (<i>Como estás?</i>)</p>
<p>· Formules de salutation d'ouverture sur plusieurs tours de parole :</p> <p><i>Hola</i> + prénom (<i>Pedro</i>) ~ formule de salutation (<i>Como estas?</i>) image ~ <i>Hola</i> + prénom au diminutif (<i>Pedrito</i>) + exclamations (!!)</p>
<p>· Formules de salutation de fermeture :</p> <p><i>Ok</i> <i>Ok! Perfecto</i> <i>Ok, un beso fuerte</i> <i>Besos</i> <i>Besos!!</i> <i>Gracias! guapa!!</i> <i>Gracias a ti, guapísima</i> <i>Pues gracias!!!</i> + émojis [E01] [E16] <i>Perfecto! un beso guapa y hasta pronto</i></p>
<p>· Des images et des émojis :</p> <p>[E15] [E05] image ~ <i>Hola</i> + prénom au diminutif (<i>Pedrito</i>) + double exclamation (!!)</p>
<p>· Formule discursive de transition :</p> <p><i>Hola!</i> + marqueur (<i>oye</i>) + énoncé professionnel Marqueur (<i>oye</i>) + vocatif au diminutif (<i>cielito</i>) + question professionnelle <i>Hola</i> + prénom (<i>Pedro</i>) + exclamation + formule de salutation (<i>Que tal estas?</i>) + marqueur (<i>oye</i>) + énoncé professionnel</p>
<p>· Formule stéréotypée expressive de chance :</p> <p><i>Feliz Navidad</i> + forme nominale au superlatif absolu (<i>guapísimo</i>) + exclamations (!!!)</p>
<p>· Un acte directif, en formulant une question sur un sujet, ou bien un acte de parole indirect</p>

⁴⁴⁰ Nous avons marqué le changement de tour de parole avec le signe « ~ ».

<p>pour demander ou donner des ordres : <i>Charlemos es merlot y Misterio graciano?</i> <i>Gracias por el emcs... Me mandas la factura cielo mío?</i> <i>Necesito un cava limpio ~ Quien hace eso? ~ No raro. Preciso</i></p>
<p>· Vocatif + question professionnelle : <i>Mi niño pi noir tiene madera?</i> <i>Tesoro te puedo enviar a Manu?</i></p>

Nous avons recueilli sous forme de tableau la nature des énoncés professionnels et personnels ainsi que les questions personnelles et professionnelles présentes dans les conversations *ouatsap* entre María et Pedro (voir tableau n° 35), ce qui met en lumière les aspects interculturels liés au contexte professionnel :

Tableau n° 35. Nature des énoncés et des questions dans les conversations *ouatsap*

<p>· Énoncés professionnels. Transactions : Démarches auprès de l'administration Gestion des commandes Paiement des Factures Réduction du prix unitaire des bouteilles que Pedro a vendues à María Financement participatif</p>
<p>· Questions professionnelles. Transactions : 1 Réseautage : - Entreprises qui font du vrai vin à La Rioja (références implicites aux <i>bodegas industriales</i>) - Entreprises qui font du bio à La Mancha - Entreprises qui font de l'huile d'olive - Entreprises qui font du cava 2 Le vin : - Caractéristiques, qualité et prix des vins : température, cépage, déplacement 3 Déplacements professionnels : - Visite en France des Pedro : planification - Visite en Espagne de María (<i>vins nus</i>, à Barcelone) 4 Démarches administratives : - Envoi des ECMS - Envoi et paiement des factures 5 Intérêt pour la vendange</p>
<p>· Énoncés et questions personnelles : Le couple d'amis homosexuels de María rendent visite à Pedro en Espagne ; qualité de l'accueil. Souhaiter Joyeux Noël à son partenaire commercial Intérêt porté sur Pedro et son compagnon.</p>

Les conversations entre María et Pedro sont également caractérisées par la présence de phrases courtes, comportant souvent des ellipses. Les phrases subordonnées sont rares et, de ce fait, la coordination et la juxtaposition sont fréquemment utilisées dans les échanges conversationnels, comme le montrent les exemples suivants :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Pedro		
N°	Date / heure	Message
1J	11/07/2015 13:38:53	María: Hola! Cuando vienes?
	11/07/2015 21:20:41	Pedro: Hola María, llegó el miércoles

	11/07/2015 21:33:46	María: Hasta?
	11/07/2015 21:54:57	María: Nene Jacobinos lo puedo servir fresco?
	11/07/2015 22:11:30	Pedro: Un poco
	11/07/2015 22:11:30	Pedro: No mucho
	11/07/2015 22:12:03	María: Carbonica de tempranillo?
	11/07/2015 22:13:01	Pedro: Si
	11/07/2015 22:13:01	Pedro: Si
	11/07/2015 22:13:15	Pedro: Estaré hasta el día 20
	11/07/2015 22:16:06	María: Pues igual bajo a verte
	11/07/2015 22:16:38	Pedro: Estupendo!
	11/07/2015 22:17:19	María: Viene el cocinillas?
	11/07/2015 22:18:46	Pedro: Voy con mi pareja, en la casa de un amigo y 6 personas mas
13P	21/06/2016 13:24:40	María: Hola Pedro.
	21/06/2016 13:24:52	María: Como estas?
	21/06/2016 13:25:04	Pedro: Hola
	21/06/2016 13:25:11	Pedro: En el aeropuerto
	21/06/2016 13:25:16	María: Me puedes (y quieres) mandar vino? [E08]
	21/06/2016 13:25:21	Pedro: Para Paris salgo
	21/06/2016 13:25:25	María: Vaya...
	21/06/2016 13:25:31	Pedro: En 30 minutos
	21/06/2016 13:25:42	María: Cuando vuelves?
	21/06/2016 13:25:54	Pedro: Cel domingo
	21/06/2016 13:25:03	Pedro: El lunes te lo envio
	21/06/2016 13:26:09	Pedro: Que te mando
	21/06/2016 13:26:27	Pedro: Me queda CHARLEMOS TINTO
	21/06/2016 13:26:34	Pedro: Misterio 2015
	21/06/2016 13:26:43	Pedro: Rabioso 2014
	21/06/2016 13:26:51	María: Pinot?
	21/06/2016 13:27:00	Pedro: Nada
	21/06/2016 13:27:10	María: Mierda
	21/06/2016 13:27:17	María: Hasta cuando?
	21/06/2016 13:27:22	Pedro: Yo también
	21/06/2016 13:27:33	Pedro: Hasta el año que viene
	21/06/2016 13:27:53	Pedro: Te puedo llamar
	21/06/2016 13:27:52	María: Pues me guardas 48
	21/06/2016 13:28:37	María: Te llamo yo con el otro teléfono.
	21/06/2016 13:28:45	Pedro: Ok
	21/06/2016 13:30:03	Pedro: Se ha cortado

L'itération des signes de ponctuation et de certains phonèmes représentent un moyen linguistique pour marquer l'intonation ; les points de suspension y sont fréquents et nous constatons par ailleurs la présence de mots coupés (e.g., « *Guapisimo s!!!* » à la place de « *Guapísimos !!!* ») et d'abréviations (e.g., « *bcln* » à la place de *Barcelona*), comme le montrent les exemples suivants :

Conversations ouatsap entre María et Pedro		
N°	Date / heure	Message
3P	05/08/2015 20:42:33	Pedro: Guapisimo s!!!
4P	02/09/2015 21:18:39	María: Te quiero un monton!!!!
4P	03/09/2015 07:41:22	Pedro: Que guapos!!! besos
5P	03/09/2015 13:02:13	María: Mi niño pi noir tiene madera?
6P	24/12/2015 09:44:22	María: Feliz Navidad guapisimo!!!
8P	15/02/2015 12:02:04	María: Noooo... No me contestaste lindo mío... Me imagino que estas

		trabajando. Yo bien. Retomando el proyecto de bar a vinos y a tapeo
8P	15/02/2015 12:13:19	Pedro: Me alegre! iras a vins nus a bcln?
12P	10/05/2016 23:03:39	María: Besos!!
17P	22/08/2016 11:09:52	María: Y eso???
17P	22/08/2016 11:12:02	María: Pues gracias!!! [E01] [E16]
18P	23/08/2016 09:02:55	María: Que horror de papeleo oye...
20P	30/08/2016 18:23:06	María: Ah... Vaya lerda... Perdona
20P	30/09/2016 16:16:48	María: Y que eso que no vienes a Francia???
20P	01/10/2016 15:24:50	María: Pero Pedro por Dios! No es una cuestión de Fé! Tus vinos son espectaculares!!!
21P	12/10/2016 13:30:25	María: Como???? [E07]
23P	25/10/2016 09:35:37	María: Para que lo sepas... Y no me hagas un emcs de lo que esta en Madrid.

Nous considérons que le vocatif « *Mi niño* » (conversation 5P à 13:02:13), formule affective très employée entre proches, comporte une intonation *ad hoc*. L'utilisation d'*emojis* est récurrente dans leurs échanges conversationnels, mais seulement pour María puisque Pedro ne s'en sert pas, comme nous l'avons déjà signalé *supra*. En effet, Pedro privilégie dans ses messages l'utilisation d'onomatopées (e.g., « *jeje* » / « *jajajaja* ») et d'interjections euphémistiques (e.g., « *jo* »), ce que María ne fait pas. En outre, nous avons relevé la présence d'imprécisions à l'intérieur de certains messages, provoquées par la spontanéité de ceux-ci, par le paramétrage linguistique du clavier de l'application *WhatsApp* ou bien par l'usage divergent de la norme orthographique. De plus, nous avons relevé des termes propres au niveau de langue vulgaire, comme le montrent les exemples suivants :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Pedro		
Nº	Date / heure	Message
10P	23/04/2016 19:33:22	Pedro: Si quieres yo te lo yevo
12P	10/05/2016 22:58:19	Pedro: Joer! Que buen trio de bellezas
12P	10/05/2016 23:02:11	Pedro: Nos acirdamos de ti
12P	10/05/2016 23:02:22	Pedro: Acordamos
13P	21/06/2016 13:25:54	Pedro: Cel domingo
13P	21/06/2016 13:27:10	María: Mierda
16P	20/08/2016 16:47:38	María: pues zombi
16P	20/08/2016 16:53:02	Pedro: Pués que le pasa al Charlemos
18P	23/08/2016 10:23:44	Pedro: Te iva a llamar
20P	30/08/2016 18:16:54	Pedro: Està en el mismo email
20P	30/08/2016 18:23:06	María: Ah... Vaya lerda... Perdona
20P	01/10/2016 15:24:50	María: Pero Pedro por Dios! No es una cuestión de Fé! Tus vinos son espectaculares!!!
21P	11/10/2016 19:49:26	Pedro: Cuandi se va israel
23P	25/10/2016 16:24:02	María: Que sepas que te perdiste una cena de filet mignon en hojaldre que te cagas

Nous considérons que l'utilisation que María fait de l'interjection « *Mierda* » (conversation n° 13P à 13:27:10) est une interférence du français « Merde ». En effet, dans ce contexte précis, des formes telles que « *Joder* » (cf. conversation n° 57L à 17:45:44), « *Coño* » (cf. conversation 30L à 19:43:23) ou « *jme cago en sus [E32]!* » (cf. conversation n° 60L à 15:04:01) seraient plutôt attendues en espagnol.

Enfin, nous avons constaté une utilisation très récurrente des formes nominales d'adresse, des superlatifs et des hyperboles dans un but affectif et proxémique, notamment dans les tours de parole de María pour s'adresser à Pedro dans le but de gagner sa confiance, comme le montrent les exemples suivants :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Pedro		
María		
N°	Date / heure	Message
1P	11/07/2015 21:54:57	María: Nene Jacobinos lo puedo servir fresco?
2P	21/07/2015 09:29:04	María:Hola nene . Lucas me dice que no tiene tu factura.
3P	05/08/2015 12:19:12	María: Hola niño! Como vas? Quien hace vino de verdad en la rioja? Igual me paseo por ahí un par de días
	05/08/2015 12:22:53	María: Eres un cielo . Yo les he hablado de ti a una pareja que van a granada. Si te llaman es de mi parte. Dos médicos guapisimos.
	05/08/2015 20:12:28	María: Eres un cielote
5P	03/09/2015 13:02:13	María: Mi niño pi noir tiene madera?
	03/09/2015 13:37:29	María: Estas vendimiando? He visto las fotos del guapísimo Pablo....
6P	24/12/2015 09:44:22	María: Feliz Navidad guapísimo!!!
	15/02/2015 12:02:04	María: Noooo... No me contestaste lindo mío ... Me imagino que estas trabajando. Yo bien. Retomando el proyecto de bar a vinos y a tapeo
10P	10/05/2016 22:55:53	María: Hola Pedrito!!
16P	20/08/2016 16:43:07	María: Oye cielito me mandas el emcs?
21P	12/10/2016 13:31:43	María: Jope nene que pareces la romanee conti... Hay que reservarte con tiempo...
	12/10/2016 23:07:06	María: Te voy a echar de menos loco

Nous constatons que l'oralité se voit renforcée ici par la présence de l'impératif lexicalisé « Oye » (i.e., écoute), qui joue une fonction discursive de transition contextuelle et/ou thématique, comme c'est également le cas de l'impératif lexicalisé « Dime » (i.e., dis-moi, conversation n° 53L à 12:18:15).

Les références aux apparences étant très récurrentes dans le milieu homosexuel, il nous semble important de mettre en évidence l'utilisation de l'adjectif « *guapo / guapa* » qui joue ici une fonction essentiellement affective et proxémique entre les interlocuteurs, comme nous l'avons signalé *supra* :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Pedro		
Pedro		
N°	Date/heure	Message
3P	05/08/2015 12:20:43	Pedro: Hola guapa , mira en internet y busca "Vinos Sueños", dile que me conoces...
	05/08/2015 20:42:33	Pedro: Guapísimo s!!!
4P	03/09/2015 07:41:22	Pedro: Que guapos!!! Besos
5P	03/09/2015 14:19:18	Pedro: Gracias a ti, guapísima
12P	10/05/2016 22:58:19	Pedro: Joer! Que buen trio de bellezas
16P	20/08/2016 17:08:07	Pedro: Perfecto! un beso guapa y hasta pronto
22P	13/10/2016 19:54:29	Pedro: Gracias! guapa!!

Enfin, il nous semble important de signaler la présence d'explétifs et de tics de langage dans les échanges conversationnels entre María et Jesús (e.g., « *o sea* » [conversation n° 10P à 19:32:54] ; « *pues* » [conversations n° 1P à 22:16:06 / n° 5P à 13:38:37 / n°8 à 19:24:21 / n° 13P à 13:27:52 / n° 14P à 22:22:27 et 22:23:25 / n°16P à 16:47:38, 16:50:50 et 16:53:02 / n° 17P à 11:12:02 / n° 21P à 13:30:44 et 23:02:51 / conversation n° 22P à 19:46:10 / n° 23P à 16:18:24] ; « *bueno* » [conversations n° 5P à 13:38:37 / n° 14P à 22:22:27] ; « *a ver* » [conversation n° 12P à 22:59:31, 23:01:31]), ce qui est caractéristique de la langue courante.

6.1.3.3 Conversations *ouatsap* entre María et Israel

Les échanges conversationnels entre María et Israel mettent également en évidence un niveau de langue courant. En effet, les formules de salutation sont très simples et libres (voire inexistantes), textuelles et/ou iconographiques, intégrant un ou plusieurs sous-actes, ce qui met en évidence le niveau de langue courant, comme le montrent les exemples suivants :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Israel		
N°	Date/heure	Message
2L	17/06/2015 11:28:15	María: Hola . Tu podrías coger a un crio en practicas 3 meses a partir de ya? Un amigo necesita enviar a su hijo en stage para validar no se que estudios...
3L	11/07/2015 13:38:18	María: Hola! Ya eres papa?
	11/07/2015 14:54:44	Israel: Hola María , no aun no, Lucrecia esta bien, pero con este calor un poco molesta. La fecha prevista es para el 21
5L	05/08/2015 12:18:45	María: Hola niño! Como vais? Quien hace vino de verdad en la rioja? Igual me paseo por ahí un par de días.
	05/08/2015 15:20:51	Israel: Jesús, hace un vino que se llama Jabato
14L	12/04/2016 08:50:06	María: Hola! Qué tal? Aquí todo avanza! Ya tengo local y empezamos las obras en breve!! Me pasas el contacto de jabugo? Gracias!!!
16L	15/04/2016 17:03:57	María: Me confirmas que el tal camilo se llama quinto?
	15/04/2016 17:04:15	María: Sino da igual. Lo llamo y ya veo con él
	15/04/2016 18:06:14	Israel: Creo que no María, es que no me lo dejo claro el contacto
	15/04/2016 18:06:42	Israel: La empresa se llama Casalmayor

	15/04/2016 19:10:38	María: Ok. Con eso me apaño. Le digo que te conozco?
	15/04/2016 19:18:39	Israel: Que conoces a Honorio de Terra Nosa en Madrid
	15/04/2016 19:44:13	María: Vale
19L	28/04/2016 11:22:30	María: Hola . Pedro me ha puesto en contacto con irene de vinos pesebre. Igual voy a pedir algunas cosas. Los tuyos me los traes tu.
	28/04/2016 12:09:40	María: [E15] gracias!
21L	03/06/2016 11:54:36	María: Hola nene . Bajo a la Rioja la semana que viene para ver a Jesús.
24L	12/06/2016 20:50:05	Rucio: Hola . Este es mi teléfono profesional. Por si te llamo y no me reconoces. María[E08]
	12/06/2016 22:16:47	Israel: Ok
26L	21/06/2016 10:34:05	Rucio: Hola
28L	29/07/2016 16:24:43	Israel: Hola guapa . No consigo hablar con el amigo Jesús así que voy a prepararte lo siguiente porque mañana me voy de vacaciones hasta el día 15
	29/07/2016 16:53:46	Rucio: Ok. Te tengo que dar el numero de marras
29L	06/08/2016 12:45:14	Rucio: Hola. Qué tal en el frío norte?
	06/08/2016 16:20:53	Israel: Pues hoy tenemos 27 grados y no llueve a ratos. Esto es cojonudo.
32L	17/08/2016 17:56:26	Rucio: Hola
33L	19/08/2016 18:18:07	Rucio: Nene mis facturas... [E07]
	19/08/2016 18:18:17	Rucio: Todo bien?
35L	22/08/2016 12:21:46	Israel: María pregunta. Lo de enmedio del accise es una O o un cero?
41L	16/09/2016 13:42:01	Rucio: Cómo va tesoro?
	16/09/2016 14:11:29	Israel: Bien y tu como vas . Tengo noticias sobre el viaje. De momento Pedro no subirá
43L	19/09/2016 10:27:55	Israel: Hola guapa Perdóname por la desconexión. Pero ya sabes, vendimia
44L	29/09/2016 18:47:59	Rucio: Oye Leré Celeste tiene una volátil de fiesta mayor
46L	08/10/2016 14:05:47	Rucio: Hola
48L	20/10/2016 13:04:18	Israel: Te llamó luego
	20/10/2016 13:05:50	Rucio: Vale
52L	29/10/2016 15:44:22	Rucio: [E08]
57L	08/12/2016 14:14:21	Rucio: Hola nene . Cuando me envías cositas?
	08/12/2016 14:37:01	Israel: El viernes
58L	14/12/2016 12:56:09	Rucio: Holà
59L	15/12/2016 17:29:38	Rucio: Nene que no me llega na!!!
	15/12/2016 20:05:40	Rucio: Que cruz que tengo con vosotros!
	15/12/2016 21:01:51	Israel: Jajqajajajahs
65L	27/12/2016 09:21:19	Rucio: Oye Israel que estoy en las aduanas y me dicen que tu gestor hace los emcs dando 12h de margen para la llegada de la mercancía. Y eso me impide registrarla cuando llega. Con lo que te arriesgas a pagar tú los impuestos...

Nous avons répertorié les formules de salutations présentes dans les conversations *ouatsap* entre María et Israel (voir tableau n° 36, p. 319-321).

Tableau n° 36. Formules de salutation entre María et Israel

<p>· Formules de salutation d'ouverture⁴⁴¹ :</p> <p><i>Hola</i>. + énoncé professionnel</p> <p><i>Hola</i>. + question personnelle</p> <p><i>Holà</i> + question professionnelle</p>

⁴⁴¹ Nous avons marqué le changement de tour de parole avec le signe « ~ »

<p><i>Hola!</i> + énoncé personnel <i>Hola!</i> + formule de salutation (<i>Qué tal?</i>) + énoncé professionnel <i>Hola</i> + vocatif (<i>nene / guapa</i>) + énoncé professionnel <i>Hola</i> + vocatif (<i>nene / guapa</i>) + question professionnelle <i>Hola</i> + vocatif (<i>guapa</i>) + remerciement + vocatif (<i>sol</i>) <i>Hola</i> + vocatif (<i>mi niño</i>) + exclamation + formule de salutation (<i>Como vais?</i>) + question professionnelle Formule de salutation (<i>Como va</i>) + énoncé professionnel? Formule de salutation réponse (<i>Bien</i>) + formule de salutation (<i>y tu como vas.</i>) + énoncé professionnel <i>Queridos</i> + vocatif (<i>amigos</i>) + énoncé professionnel Question professionnelle Énoncé professionnel + formule de salutation (<i>Como estas?</i>) Énoncé professionnel</p>
<p>· Formules de salutation d'ouverture sur plusieurs tours de parole : <i>Hola</i> ~ question professionnelle <i>Hola</i> + question personnelle ~ question personnelle <i>Hola.</i> + formule de salutation (<i>Qué tal</i>) + question personnelle ~ question personnelle <i>Hola</i> + prénom (<i>María</i>) + énoncé professionnel ~ formule de salutation (<i>Y tu como vas?</i>)</p>
<p>· Formules de salutation de fermeture : <i>Ok. Besos a la familia</i> <i>Ok.</i> + énoncé professionnel <i>Vale</i> <i>Oui</i> <i>Sip</i> [E10] <i>Gracias!</i> [E15] <i>gracias!</i> <i>De nada guapa</i> <i>Jajajajajajs</i></p>
<p>· Des images et des émojis : [E10] [E06] [E08] [E14] [E24] [E24]jajajajaja [E12][E12][E12] Image ~ question personnelle Image ~ question professionnelle</p>
<p>· Formule discursive de transition : Marqueur (<i>Oye</i>) + énoncé professionnel Marqueur (<i>Oye</i>) + question professionnelle + question professionnelle + question professionnelle Marqueur (<i>Oye</i>) + question professionnelle ~ question personnelle + question professionnelle ~ question professionnelle <i>Hola</i> ~ question personnelle ~ Marqueur (<i>Oye</i>) + énoncé professionnel ~ [E28][E28][E15][E15] Marqueur (<i>Dime</i>) ~ question professionnelle</p>
<p>· Formule stéréotypée expressive de chance : <i>Feliz Navidad</i> + vocatif (<i>familia!</i>) <i>Feliz Navidad</i> + prénom au diminutif (<i>Pedrito</i>). + énoncé personnel + [E07] <i>Feliz Navidad</i> + prénom (<i>María</i>) + énoncé personnel <i>Feliz solsticio de invierno</i> + vocatif (<i>amiga</i>) + formule stéréotypée (<i>y bon courage para el nuevo año</i>) <i>Feliz cumpleaños retrasado</i> + vocatif (<i>amiga</i>) + énoncé professionnel <i>Feliz cumpleaños</i> + vocatif (<i>loco</i>)</p>
<p>· Formule stéréotypée assertive émotionnelle : <i>Bueno bueno papá... Que ya veo la foto del wasap... ~ Felicidades!</i></p>
<p>· Formule stéréotypée assertive expressive d'excuse : <i>Hola</i> + vocatif (<i>guapa</i>) + Formule stéréotypée expressive d'excuse (<i>perdóname</i>) + énoncé professionnel</p>
<p>· Un acte directif, en formulant une question sur un sujet, ou bien un acte de parole indirect pour demander ou donner des ordres : <i>Alguien en Paris que tenga buenos productos españoles? Por curiosidad...</i></p>

<p>Me confirmas que el tal camilo se llama quinto? Noticias de mi vino? Tienes noticias? Que estoy sin chorizo... [E06] Tienes noticias del camión? Nene mis facturas... [E07] ~ Todo bien? Nene que no me llega na!! Necesito un cava ~ Quien lo hace sin mierdas ~ Y no muy raro como el de Cueva Iluminada ~ [E04] Cuéntame un poco el plan A ver si te parece bien. Hola nene. Cuando me envías cositas?</p>
<p>· Prénom + question professionnelle : Prénom (María) + ellipse (Ø "tengo que hacerte una") + nom (pregunta) + question professionnelle (Lo de enmedio del accise es una O o un cero?)</p> <p>· Vocatif + question professionnelle : Vocatif (Tesoro) + question professionnelle (te puedo enviar a Manu?)</p> <p>· Divers : Expression d'admiration (Jope) + vocatif (nene) + expression d'admiration (vaya) + nom à la forme augmentative (exitazo) + forme nominale (tus vinos..) + énoncé professionnel + remerciement</p>

Nous avons recueilli sous forme de tableau la nature des énoncés professionnels et personnels ainsi que les questions personnelles et professionnelles présentes dans les conversations *ouatsap* entre María et Israel (voir tableau n° 37, p. 321-322), ce qui met en évidence les aspects interculturels liés au contexte professionnel :

Tableau n° 37. Nature des énoncés et des questions dans les conversations *ouatsap*

<p>· Énoncés professionnels. Transactions : Passer des appels téléphoniques pour la reprise du bar Chercher un nom pour le bar en liquidation judiciaire que María souhaite reprendre Logo de l'entreprise de María (Rucio) Organisation de la marchandise dans la boutique de María Démarches administratives : ANPE / ASSEDIC / Douanes / régime fiscal suspensif (TVA / IVA) Gestion des commandes Paiement des Factures Problèmes avec les partenaires commerciaux espagnols Financement participatif</p>
<p>· Questions professionnelles. Transactions :</p> <p>1 Réseautage :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stage pour le fils d'un collègue - Entreprises qui font du vrai vin à La Rioja - Entreprises qui font du bio à La Mancha - Entreprises à Paris qui proposent de bons produits espagnols (Ail, <i>jamón</i>, fromage, chorizo) - Entreprises qui font du <i>jamón serrano de jabugo</i> - Entreprises qui font du cava - Conseil et opinion sur les entreprises espagnoles <p>2 Le vin :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Caractéristiques, cépage - Qualité des vins de la Rioja - Qualité, propriétés et prix des vins naturels ; <p>3 Le jamón serrano, les fromages et l'ail :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualité et prix - Associations des vins (<i>maridaje</i>) : conseils et opinion <p>4 Déplacements professionnels :</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Visite en France des partenaires : planification et organisation, déplacement - Visite en Espagne de María : planification <p>5 Démarches administratives :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Envoi des ECMS - Envoi et paiement des factures - Délais de livraison <p>6 Intérêt pour la vendange</p> <p>· Énoncés et questions personnelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Intérêt porté sur la vie privée du partenaire commercial : accouchement de Lucrecia, paternité d'Israel, vanter la beauté de leur bébé. - Félicitations pour l'accouchement de Lucrecia et pour la paternité d'Israel - Souhaiter un bon anniversaire à son partenaire commercial - Souhaiter Joyeux Noël à son partenaire commercial - Intérêt porté sur les vacances estivales de son partenaire commerciale : destination, conditions climatiques, durée du séjour, retour en Espagne. - Difficultés de la conciliation entre la vie professionnelle et la vie familiale.

Les échanges conversationnels entre María et Israel sont également caractérisés par des phrases courtes, comportant souvent des ellipses. De plus, les phrases subordonnées sont rares ; la coordination et la juxtaposition sont fréquemment utilisées dans leurs échanges conversationnels, comme le montrent les exemples suivants :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Israel			
N°	Date/heure	Message	
2L	17/06/2015 11:35:24	María: Yo sigo con el papeleo. Si se te ocurre un nombre para un bar....	
3L	11/07/2015 14:54:57	Israel: Y tu como vas?	
3L	11/07/2015 15:11:12	María: Para mi cumple!! Pues en el paro. Aburrída. A la espera de noticias. Pobre Lucrecia tiene que estar cocida de calor...	
14L	12/04/2016 22:29:47	Israel: Quien es Mariano de la rioja	
	12/04/2016 22:30:03	María: Uno que me recomendó Pedro creo	
	12/04/2016 22:30:25	María: La Escondida	
	12/04/2016 22:30:49	María: Tu conoces al de Puestasol?	
	12/04/2016 22:31:50	Israel: Mariano de la escondida es de Galicia no de la rioja	
	12/04/2016 22:32:15	Israel: Será Puesta Viticultores, de San Lugar, no?	
	12/04/2016 22:32:39	María: Ah si. No. Uno de la Rioja... No me acuerdo como se llama	
	12/04/2016 22:32:59	María: Puesta los contacte. Tengo que escribirles de nuevo	
	14L	12/04/2016 22:33:12	Israel: De la rioja puede ser Jesús, el de Jabato
		12/04/2016 22:33:20	María: Eeeeseeee
		12/04/2016 22:33:28	María: Es que me lio
		12/04/2016 22:33:33	Israel: Es un puto crack
		12/04/2016 22:33:34	María: El Alzheimer
		12/04/2016 22:33:43	Israel: Es amigo directo
		12/04/2016 22:34:04	Israel: Lo tuve en el bar el otro día en la fiesta y fue la estrella
	12/04/2016 22:34:27	Israel: Además a que precio, insuperable	
37L	24/08/2016 17:48:18	Rucio: Necesito un cava	
	24/08/2016 17:48:28	Rucio: Quien lo hace sin mierdas	
	24/08/2016 17:48:47	Rucio: Y no muy raro como el de Cueva Iluminada	
	24/08/2016 17:48:51	ucio: [E04]	
	24/08/2016 18:54:45	Rucio: Tinto Concha es una cepa???	
	24/08/2016 19:07:22	Israel: Si es un cepage que está concentrado en castilla la mancha. Muy rústico y resistente y que hacía muy malos vinos	

	24/08/2016 19:07:46	Rucio: Porque Google no lo conoce
	24/08/2016 19:11:08	Israel: Es que google no viene a vendimiar a la Mota
	24/08/2016 19:12:13	Rucio: Será eso
	24/08/2016 19:12:27	Rucio: Pásame un nombre para el cava
	24/08/2016 20:09:27	Israel: A ver castiza. Lo del cava es difícil. Porque todo el mundo dice que es natural y rian de rian
	24/08/2016 20:16:43	Israel: Entonces. Al son del compás hace un pseudo ancestral que está de p.M. Pero a treintaitantos la botella mo te va a cuadrar. Entonces está Remedios que ea bastante bueno y no pone nada en casi todo y muy poco en algunos
	24/08/2016 20:18:55	Israel: Por cierto estoy en Lyon sí quieres un vino?....
	24/08/2016 22:06:30	Rucio: Como que en Lyon????
	24/08/2016 22:06:53	Rucio: Porqué atardecer es ahumado?
	24/08/2016 22:09:32	Israel: Supongo que por la mineralidad y la fermentación en barrica
	24/08/2016 22:18:37	Rucio: He terminado el Jabobinos
	24/08/2016 23:10:52	Rucio: O sea que vienes a Lyon y no vienes a verme
	24/08/2016 23:10:58	Rucio: [E25]
	26/08/2016 23:00:56	Israel: Pues hoy y ayer estoy en Chambéry, de boda de una amiga de Lucrecia que vive aquí. Cuanto te mando, un palet?
	26/08/2016 23:03:52	Rucio: Quitá loco! Que tengo que pagarte todavía!
49L	22/10/2016 19:58:22	Israel: Nada cerrados. Para matarte
51L 51L	26/10/2016 18:22:59	Rucio: Oye y la factura del queso?
	26/10/2016 18:23:14	Rucio: Todo bien? Has visto a Carlos?
	26/10/2016 18:23:41	Rucio: Te suena Terra remota en el empurdan
	26/10/2016 18:23:44	Rucio: ?
	26/10/2016 19:19:26	Israel: Aún no la tengo
	26/10/2016 19:19:57	Israel: Todo bien. Si claro anoche fue duro y duermo en su casa
	26/10/2016 19:20:09	Israel: Ni putativo idea
	26/10/2016 19:29:16	Rucio: Duro?
	26/10/2016 19:29:24	Rucio: Cuenta!
	26/10/2016 19:29:58	Israel: 8 botellas para 4
	26/10/2016 19:30:20	Rucio: La divina proporción

Les échanges conversationnels entre María et Israel sont caractérisés par la présence de termes vulgaires, très utilisés entre amis, ce que nous interprétons comme une manifestation du niveau de complicité de leur relation. C'est ainsi que nous retrouvons à plusieurs reprises le mot « *mierda* » avec une fonction nominale, adjectivale ou interjective, et une forme verbale du même champ lexical, « *cagar* » (chier) (e.g., *Mierda / Esta mierda de bar / Quien lo hace sin mierdas / su vino es una mierda / ¡me cago en sus [E32]!*). Nous trouvons aussi le mot « *puta* » dans une fonction d'intensification, comme nous l'avons analysé *supra* (*está de p.M. [está de puta madre] / Es un puto crack / Ni putativo idea [ni puta idea]*), ce que nous interprétons ici comme un euphémisme de la part d'Israel ou bien un problème de saisie prédictive de l'application *WhatsApp*, qui ne reconnaît pas les termes vulgaires); des insultes (e.g., *ser medio gilipollas*); des modalisateurs appréciatifs dévalorisants (e.g., *ser un colgao* [élision de l'occlusive dentale sonore en position intervocalique dans les terminaisons participiales finissant par « *-ado* » [*colgado*],

caractéristique de la diction méridionale péninsulaire, ce qui relève d'un niveau de langue colloquial] / *estar cabrón* [registre vulgaire]) ainsi que d'autres termes qui relèvent d'un registre de langue vulgaire (*tenerlo jodido / no jodas / coño nene / qué coñazo / un tipo / ser la leche / molar*), ou bien d'un registre familial (e.g., *tío / tía / crío ; largarse de vacaciones ; pasar de su cara ; flipar ; en pelotas ; despelotarse ; mogollón ; chungo ; majo ; chulo / guay*), voire de l'argot (e.g., *trullo* [prison]).

Il nous semble important de faire allusion à la conversation n° 37L (de 19:07:22 à 19:12:13). Les références au moteur de recherche *google* vont mettre en évidence l'évolution du secteur de la viticulture en Espagne ainsi que le degré de spécialisation du vin naturel, bio et Demeter, qui ne font pas partie des circuits commerciaux du secteur viticole. En effet, le vin naturel est destiné à un consommateur expert, avisé, exigeant et intéressé, qui va de son propre chef à la recherche de ce type de vin, ce qui est à l'origine de la plaisanterie d'Israel (i.e., *es que google no viene a vendimiar a la mota*, à 19:11:08).

Malgré la présence de phrases courtes, nous constatons que dès qu'il s'agit d'apporter des précisions importantes au niveau professionnel, l'oralité est moins marquée et, de ce fait, la phrase est mieux structurée, comme le montrent les exemples suivants :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Israel		
N°	Date/heure	Message
2L	17/06/2015 11:28:15	María: Hola. Tu podrías coger a un crío en practicas 3 meses a partir de ya? Un amigo necesita enviar a su hijo en stage para validar no se que estudios...
28L	17/06/2015 11:32:35	Israel: Pues ahora precisamente complicado, porque el trabajo no abunda hasta la vendimia y además esta Lucrecia que va a necesitar de mi ayuda cada día mas. Nos queda muy poco para que llegue el bebe
	29/07/2016 16:24:43	Israel: Hola guapa. No consigo hablar con el amigo Jesús así que voy a prepararte lo siguiente porque mañana me voy de vacaciones hasta el día 15
29L	06/08/2016 16:22:17	Israel: Pues me llamaron ayer para pedirme tu teléfono, yo creía que llegaba ayer. Entonces no te llegará hasta el lunes. Hoy no puedo llamar a ningún sitio. El lunes a primera hora llamó y te cuento.
30L	08/08/2016 19:35:44	Israel: Hoy no he podido hablar con ellos he llamado varias veces y ha sido imposible. Les mandé un mail y no he tenido respuesta. Mañana te cuento. Si no te han llamado es porque hoy no te lo entregaban
	09/08/2016 21:14:21	Rucio: Hablé con Jesús. Su problema es que no sabe hacer emcs. Y tiene una secretaria vieja en Olite que no se aclara. O sea que cuando tú me mandes el tuyo yo se lo mando para que lo copie.

36L	23/08/2016 08:06:48	Rucio: Oye explícame lo que le tengo que pedir a las aduanas... Cuál es exactamente el problema? Por qué no me puedes hacer el emcs?
36L	23/08/2016 08:19:36	Israel: Porque en la base de datos de las aduanas españolas apareces como operador pero no tienes habilitada la recepción directa. Esto antes no daba problema porque el documento se hacía en papel, el anterior DA500 y el funcionario lo arreglaba. Ahora al ser electrónico no nos deja hacer el emcs
55L	29/11/2016 11:18:50	Rucio: O sea que Jesús no quería venderme vino a mi que soy importador pero ahora le tengo que comprar a un importador porque se ha puesto a trabajar con un tipo de san Juan luz...
65L	27/12/2016 09:21:19	Oye Israel que estoy en las aduanas y me dicen que tu gestor hace los emcs dando 12h de margen para la llegada de la mercancía. Y eso me impide registrarla cuando llega. Con lo que te arriesgas a pagar tú los impuestos...
	27/12/2016 09:21:55	Rucio: Tienes que decirle que me dé al menos 7 días de margen
	27/12/2016 09:22:35	Rucio: Os hago un mail a ti y a Pedro porque me pasa lo mismo con él
	27/12/2016 12:34:57	Rucio: Lo he arreglado con la aduana por los otros pedidos. Comprueba con los impuestos que no te carguen el iva

L'itération de certains phonèmes vont marquer l'intonation, qui va avoir ici un rôle fonctionnellement significatif (e.g., « *Eeeeseee* », pour confirmer la réponse à une question ; « *Nene no me llega na!! / Neneeee* », pour exprimer l'impatience ; « *que no saben naaaa* » pour répondre à une insistance excessive ; « *se bueno... o no... [E07]* », pour le ton burlesque), ce qui va renforcer de toute évidence l'oralité. De plus, nous constatons la présence d'apocopes (e.g., « *na* » [*nada*]), d'abréviations (e.g., « *de p.M.* » [*de puta madre*]), de crases linguistiques (e.g., « *porfa* », [*por favor*] avec un phénomène d'apocope sur "*favor*"), et de neutralisation des diphtongues (e.g., « *pos* » [*pues*]). Enfin, nous interprétons les points de suspension récurrents comme un moyen de marquer les pauses et les silences inhérents à la conversation orale, ou bien comme une volonté manifeste de l'énonciateur de ne pas dévoiler ses pensées (i.e., énoncé suspensif), comme le montrent les exemples suivants :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Israel		
N°	Date/heure	Message
8L	24/12/2015 09:43:22	María: Feliz Navidad Pedrito. Se bueno... O no... ⁴⁴² [E07]
3L	11/07/2015 15:11:12	María: Para mi cumple!! Pues en el paro. Aburrida. A la espera de noticias. Pobre Lucrecia tiene que estar cocida de calor...
12L	18/03/2016 11:25:32	María: Alguien en Paris que tenga buenos productos españoles? Por curiosidad...
14L	12/04/2016 09:09:52	María: Ah! Y se va a llamar Rucio... [E01]
14L	12/04/2016 22:33:20	María: Eeeeseeee
23L	07/06/2016 13:39:20	María: Tu conoces al tal Lobo que importa partida? Me parece un tipo poco serio...
	07/06/2016 17:33:50	María: Y el Lobo yo voy a pasar a su cara... Lo siento por Antonia que

⁴⁴² Nous avons mis en gras les éléments les plus pertinents en vue d'une lecture plus efficace.

		es muy maja
25L	13/06/2016 17:15:02	Rucio: Es un extraterrestre!!!!
30L	09/08/2016 15:00:05	Rucio: Qué son los magnum???
	20/08/2016 15:18:10	Rucio: Noooo! Pareces Jesús... [E04]
34L	20/08/2016 15:23:22	Israel : Se sincera porfa.
37L	24/08/2016 20:16:43	Israel: Entonces. Al son del compás hace un pseudo ancestral que está de p.M. Pero a treintaitantos la botella mo te va a cuadrar. Entonces está Remedios que ea bastante bueno y no pone nada en casi todo y muy poco en algunos
37L	24/08/2016 22:06:30	Rucio: Como que en Lyon????
43L	19/09/2016 15:08:28	Rucio: Ah bueno!!!
	19/09/2016 15:08:56	Rucio: Flower Power!!!
	19/09/2016 15:10:16	Rucio: Claro!!! Arte...
45L	30/09/2016 18:32:55	Rucio: Vaya...
46L	08/10/2016 14:13:03	Rucio: Y cuando pensabas avisarme???
46L	08/10/2016 14:13:16	Rucio: El 23???? [E11]
47L	11/10/2016 13:02:34	Rucio: Como cuando quien...
48L	19/10/2016 22:48:31	Rucio: Compañía es muy rarito nene... casi que no me traigas
48L	19/10/2016 22:55:43	Rucio: Ah...
49L	22/10/2016 20:16:53	Rucio : Pos si
49L	22/10/2016 20:17:33	Rucio: Oye por una vez que el désastre soy yo no vamos a hacer un escándalo...
50L	25/10/2016 17:20:30	Rucio: Ah si
50L	25/10/2016 17:21:15	Rucio:??
54L	25/11/2016 13:35:51	Rucio: Y tus vinos están bien bravos en volátil. Los voy a enviar al rincón hasta que se les pase... [E07]
55L	29/11/2016 11:18:50	Rucio: O sea que Jesús no quería venderme vino a mi que soy importador pero ahora le tengo que comprar a un importador porque se ha puesto a trabajar con un tipo de san Juan luz...
59L	15/12/2016 19:34:42	Rucio: Neneeee
59L	15/12/2016 19:35:26	Israel: Que no saben naaaa. Mañana me llaman
60L	16/12/2016 12:16:22	Rucio: Tienes noticias? Que estoy sin chorizo... [E06]
63L	24/12/2016 15:24:56	Rucio: Gracias Israel. Ese niño es precioso... tú estás seguro de ser el padre? [E10]. A ver si nos vemos pronto. Un beso te
64L	25/12/2016 14:06:10	Rucio: Aquí alimentando los pâtés... [E10]

En outre, nous avons constaté une utilisation emphatique des signes d'interrogation ou d'exclamation qui va avoir ici un rôle fonctionnellement significatif (e.g., « *Es un extraterrestre!!!!* » / « *Como que en Lyon????* », pour exprimer l'étonnement ; « *Ah bueno!!!* » pour exprimer le soulagement ; « *Y cuando pensabas avisarme???* » ~ « *El 23????* [E11] », pour exprimer l'énervement). Nous interprétons également cette utilisation des signes d'interrogation comme étant une hiérarchisation de la priorité des questions posées, ce qui rend compte de l'emphase expressive fonctionnelle, comme le montrent les exemples suivants :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Israel		
N°	Date/heure	Message
38L	02/09/2016 09:46:10	Rucio: Jope nene vaya exitazo tus vinos... La verdad es que haces un súper curro. Gracias!!!
42L	17/09/2016 09:04:52	Oye y por qué Pedro no viene? Tú tienes ya fecha? Ya has acabado de vendimiar???

58L	14/12/2016 13:44:38	Lo llamas tú porfi???
-----	---------------------	------------------------------

En effet, la conversation n° 42L comporte trois questions, et la dernière question apparaît avec trois signes d'interrogation. Nous interprétons cette itération comme une volonté de la part de María de marquer la priorité des réponses (i.e., Pedro ne vient pas en France, elle voudrait savoir la date de l'arrivée de Pedro en France, mais une question préalable se pose : savoir si Pedro a fini la vendange, puisque sa venue en France en dépend logiquement).

La conversation n° 58L présente un phénomène intéressant du point de vue sociolinguistique. En effet, la forme « *porfi* » (dérivée de « *porfa* » [por favor], ce que nous avons expliqué *supra*) pose la question de la présence significative de la voyelle « *i* ». En effet, nombreux sont les exemples des formes finissant par « *i* » de cette nature sur les réseaux sociaux virtuels (e.g., *holi* / *holis* [hola] ; *porfi* / *porfis* / *porfiplis* [crase linguistique entre “*porfa*” et “*plis*”, qui est une adaptation phonologique du mot anglais *please* à l'espagnol] / *porfi sispli* [double crase linguistique entre “*porfa*” et l'expression catalane “*si us plau*”) / *sispli* / *plis* ; *oki* / *okis* [ok] ; *cuqui* [cuco] ; *chachi piruli* ; *guapi* / *guapis* [guapo] ; *mimir* [dormir] ; *chiiiiii* / *sip* / *sipi* [sí]). Ces formes linguistiques peuvent être considérées comme une sorte d'idéolecte et/ou de sociolecte dans la mesure où elles sont employées par les pré-adolescents, les adolescents et les personnes d'une classe sociale aisée (ou prétendant l'être). Toutefois, nous considérons que l'utilisation que María fait ici de « *porfi* » (qui comporte une intonation *ad hoc* marquée par ailleurs par les signes d'interrogation) a une double fonction émotive et connative, car María souhaite provoquer une réaction positive chez son interlocuteur en se montrant vulnérable ou en difficulté.

Par ailleurs, nous constatons l'utilisation récurrente d'*emojis* par María. Israel s'en sert aussi mais de façon ponctuelle et en utilisant exclusivement l'*emoji* [E24], comme nous l'avons signalé *supra*. Lors des échanges conversationnels avec María, Israel privilégie l'utilisation d'onomatopées pour montrer, en fonction de l'itération, le rire ou l'éclat de rire (e.g., « *Jajaja* » / « *Jajajajaja* » / « *Jajajajajajaja* » / « *Jajqajajajahs* » [nous interprétons « *Jajqajajajahs* » comme une manifestation des problèmes de saisie prédictive de l'application]), la joie ou l'enthousiasme (e.g., « *ole ole* » / « *ole, ole y ole* » [dont l'emploi est géographiquement marqué, le sud de

l'Espagne, ce qui est une manifestation de la variation linguistique]) ainsi que l'utilisation d'interjections (e.g., « *Jo* » [pour exprimer la contrariété] / « *Jo vaya* » [pour exprimer la contrariété de façon beaucoup plus intensifiée] / « *Puf* » [pour exprimer la gêne]), ce que María utilise rarement :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Israel		
N°	Date/heure	Message
1L	08/06/2015 11:01:10	Israel: Jajaja [E12][E12][E12][E12][E12][E12]
3L	13/07/2015 09:00:30	Israel: Jo lo siento por lo del paro y por no felicitarte, jo vaya cabeza, porque me aviso Facebook
14L	12/04/2016 22:35:56	Israel: Jajaja
29L	06/08/2016 18:20:41	Israel: Jajajajaja , pues nada a colocar. Pues llamó por la mañana y te cuento
30L	09/08/2016 21:08:15	Israel: Jajajajaja que grande eres. Si es seco, el año pasado fue con residual porque no quiso terminar. Así que perdí unas 100 botellas que el tapón voló
31L	12/08/2016 10:55:20	Israel: Ole ole y ole
34L	20/08/2016 14:54:03	Israel: Jajaja . Y eso que estas en el país de la revolución gastronómica.
	20/08/2016 15:43:55	Israel: Jajajajaja pero que gitanos somos los españoles. Jajaja .
43L	19/09/2016 10:34:47	Israel: Puf Jesús es mucho Jesús para 6-7 días de viaje. El que sería interesante es Marino pero no creo que le apetezca o pueda
	19/09/2016 13:40:45	Israel: [E24] jajajajaja
	19/09/2016 15:02:08	Israel: Jajajajaja . Hay que hacer una pornovendimia. Todo dios en pelotas en la viña y en la bodega.
46L	08/10/2016 14:59:13	Israel: [E24] jajajajaja
49L	22/10/2016 20:25:11	Israel: Jajajajaja . Si es que te juntas convento muy mala. [E24]
53L	02/11/2016 17:47:20	Israel: Jajajajaja . No te preocupes.
56L	01/12/2016 13:52:26	Israel: Jajajajajaja . No te preocupes. Ni me había fijado.
	01/12/2016 13:54:23	Israel: A mi no, no te preocupes. Jajajaja
	01/12/2016 22:31:33	Israel: Jajajaja . Eso es solo para profesionales
59L	15/12/2016 21:01:51	Israel: Jajqjajajajahs
62L	20/12/2016 11:20:06	Israel: Ole ole . Ya esta bien
	20/12/2016 15:31:34	Israel: Jajajajajajaja

Nous avons constaté l'utilisation que María fait des formes nominales d'adresse (e.g., « *niño* / *nene* » [mon petit] ; « *familia* » [famille]), de vocatifs (e.g., « *loco* » [fou]) et des prénoms à la forme diminutive (e.g., « *-ito* / *-illo* » [*Pedrito* / *Israelito*]) dans un but affectif, comme le montrent les exemples suivants :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Israel		
María		
N°	Date/heure	Message
5L	05/08/2015 12:18:45	María: Hola niño! Como vais?
8L	24/12/2015 09:43:22	María: Feliz Navidad Pedrito . Se bueno... O no... [E07]
	24/12/2015 09:43:46	María: Israelillo
	24/12/2015 09:43:56	María: Que me lio con los mensajes...
	24/12/2015 09:44:00	María: [E07]
21L	03/06/2016 11:54:36	María: Hola nene . Bajo a la Rioja la semana que viene para ver a Jesús.

37L	26/08/2016 23:03:52	María:Quita loco! Que tengo que pagarte todavía!
38L	02/09/2016 09:46:10	María:Jope nene vaya exitazo tus vinos... La verdad es que haces un súper curro. Gracias!!!
40L	13/09/2016 11:59:09	María:Feliz cumpleaños loco.
57L	08/12/2016 14:14:21	María:Hola nene. Cuando me envías cositas?
59L	15/12/2016 17:29:38	María: Nene que no me llega na!!!
	15/12/2016 19:34:42	María: Neneeee
63L	24/12/2016 15:12:26	María:Feliz Navidad familia!

Quant à Israel, l'utilisation des formes nominales d'adresse (e.g., « *guapa* » [ma belle]) et de vocatifs dans un but affectif est moins récurrente (e.g., « *mi niña* » [ma petite] ; « *castiza* » [“ma grande”, dont l'emploi est géographiquement marqué, le sud de l'Espagne, ce qui est une manifestation de la variation linguistique] ; « *sol* » [soleil]), « *Hija mía* » [Ma pauvre fille]), comme le montrent les exemples suivants :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Israel		
Israel		
N°	Date/heure	Message
13L	19/03/2016 14:00:26	De nada guapa
28L	29/07/2016 16:24:43	Hola guapa . No consigo hablar con el amigo Jesús así que voy a prepararte lo siguiente porque mañana me voy de vacaciones hasta el día 15
28L	30/07/2016 12:09:15	La direccion guapa
34L	20/08/2016 15:46:23	Bien buscados. Ole mi niña
37L	24/08/2016 20:09:27	A ver castiza . Lo del cava es difícil. Porque todo el mundo dice que es natural y rian de rian
40L	13/09/2016 14:00:43	Hola guapa gracias sol . Aquí andamos a mano y a máquina
43L	19/09/2016 10:27:55	Hola guapa Perdóname por la desconexión. Pero ya sabes, vendimia.
56L	01/12/2016 22:20:10	Lo miro, tranquila castiza .
60L	16/12/2016 15:27:33	Hija mia , es lo que tienen las agencias en navidad.

Nous constatons la double valeur illocutoire de l'adjectif « *guapa* » dans les phrases « *De nada, guapa* » (i.e., « De rien, ma belle » qui a ici une dimension affective évidente), et « *La dirección, guapa* » (i.e., « L'adresse, ma belle » dimension connative dans laquelle la forme nominale d'adresse est utilisée pour attirer l'attention de l'interlocuteur face à un oubli important). Nous trouvons cette même valeur illocutoire dans l'utilisation du vocatif « *nene* » (e.g., conversation n° 21L à 11:54:36 « *Hola nene* » [dimension affective], et conversation n° 33L à 18:18:07 « *Nene mis facturas* » [dimension connative]) et dans l'utilisation du vocatif « *bonito* » (e.g., « *mándame los precios bonito* » [dimension connative], conversation n° 30L à 17:55:51). Enfin, comme nous l'avons déjà signalé *supra*, nous constatons l'utilisation de mots d'origine étrangère (e.g., des anglicismes tels que *crack / no problem / Flower Power / Spain is different / baby circus / ok / crowfounding* ; des

gallicismes tels que *bon courage mon ami / courage / tout va bien*) ainsi que la présence d'interférences avec la langue française (e.g., *participar al crowdfunding* [*participar en el crowdfunding*] / *eternalmente* [*eternamente*] / *lo declaro principios de septiembre* [*lo declaro a principios de septiembre*] / *pedir a las aduanas* [*pedir en las aduanas*] / *hacer venir algo* [*que me traigan algo*] / *meter en copia oculta* [*poner con copia oculta*] / *mierda* [*joder*]), qui confèrent aux échanges des imprécisions propres à la spontanéité du message, comme le montrent les exemples suivants :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Israel		
N°	Date/heure	Message
1L	08/06/2015 11:22:04	Israel: Bon courage mon ami
1L	08/06/2015 11:22:29	María: Ya te digo... Courage y lo siguiente
7L	09/10/2015 16:14:23	Israel: La tengo, Jorgelina, no piblem
14L	12/04/2016 22:33:33	Israel: Es un puto crack
	12/04/2016 22:34:58	María : Ok
17L	21/04/2016 21:40:58	María: Queridos amigos: Os anuncio la apertura de mi bar/bodega. Os propongo, pido, ruego y suplico que participéis al crowdfunding . Os estaré eternalmente agradecida y os espero detrás de la barra . Descubridlo rápido: http://bit.ly/XXXXXXX
28L	30/07/2016 13:35:59	Rucio: Ok . De todos modos lo declaro principios de septiembre porque me llegará en agosto
34L	20/08/2016 15:16:00	Rucio: Cuanto me has dicho que lo puedo vender?
36L	23/08/2016 08:06:48	Rucio: Oye explícame lo que le tengo que pedir a las aduanas ... Cuál es exactamente el problema? Por qué no me puedes hacer el emcs?
	23/08/2016 09:45:14	Israel: Efectivamente. Spain is diferent
43L	19/09/2016 15:08:56	Rucio : Flower Power!!!
45L	30/09/2016 17:44:25	Rucio: Vale. Porque les contacté y me respondieron. A ver si puedo hacer venir algo
	29/11/2016 12:31:04	Rucio: Te meto en copia oculta lo que le envío a Jesús por si te llama o algo
53L	02/11/2016 19:34:09	Israel: Yo hoy he tenido baby circus con LaLo y Lucrecia a las 17:00 y a las 15:30 estaba podando aún así que tout va bien .
58L	14/12/2016 13:44:24	Rucio : Mierda

Enfin, il nous semble important de signaler la profusion d'explétifs et de tics de langage dans les échanges conversationnels entre María et Israel, ce qui va mettre en lumière l'oralité inhérente au niveau de langue courant (e.g., « *entonces* » ; « *o sea* » ; « *pues* » ; « *bueno* » ; « *y eso* » ; « *ya sabes* » ; « *ya ves* », ; « *ya te digo* » ; « *a ver* »).

6.1.4 Atténuation des limites de la frontière entre le contexte professionnel et le contexte personnel

Dans un premier temps, nous considérons que les manifestations de l'humour dans les conversations *ouatsap* qui intègrent notre corpus, et que nous avons

analysées *supra*, ont pour but l'atténuation des limites de la frontière qui existe entre le contexte professionnel et le contexte personnel en vue de créer un climat de confiance. En effet, l'humour est un moyen qui va favoriser la complicité entre les interlocuteurs / interactants ; il implique une interaction entre eux et, de ce fait, une certaine forme d'empathie. L'humour est donc un mécanisme qui permet d'entrer dans l'univers de son interlocuteur pour provoquer le rire attendu (Bottega, 2008 : 31), une façon de valoriser la singularité de chacun, de mettre en évidence certains traits de personnalité, ce qui va libérer l'esprit de sa dépendance mentale (Watzlawick, 1980 : 63). C'est pour cette raison que nous considérons que l'humour, en tant que manifestation de l'empathie, est un mécanisme d'atténuation de ladite frontière (i.e., réduction de la complexité sociale et des tensions liées aux difficultés de la relation).

Nous allons présenter d'autres mécanismes utilisés par les interlocuteurs en vue d'atténuer la frontière entre les contextes professionnel et personnel.

6.1.4.1 Conversations ouatsap entre María et Jesús

Nous constatons que María et Jesús utilisent les formes nominales d'adresse, les vocatifs et les *emojis* pour partager leur état émotionnel lors des interactions. Nous considérons que les moyens utilisés par María répondent à une variation de stratégie désignationnelle visant à souligner le rapport proxémique qui existe entre elle et Jesús. Ces moyens deviennent ainsi des mécanismes d'atténuation contextuelle (e.g., « *nene / guapo / tesoro* » ; « *Hola / Hola! / Hola !!!* ») :

Conversations ouatsap entre María et Jesús		
María		
N°	Date/heure	Message
2J	08/06/2016 14:41:08	Rucio: Sois todos unos tesoros . Hace ya tiempo de piscina???? Guay!! Me alegro de que no me cites a las 6! [E04] ⁴⁴³
3J	12/06/2016 21:03:07	Rucio: Eso haré. [E01]
5J	21/06/2016 10:28:24	Rucio: Pues tú verás. Yo lo que quiero es pagar[E10]
	21/06/2016 10:29:33	Rucio: No me gusta tener deudas[E04]
	21/06/2016 10:33:37	Rucio: Gracias guapo
7J	20/07/2016 17:23:34	Rucio: Nene que te tengo que pagar!!
8J	26/07/2016 09:47:48	Rucio: [E10]
	26/07/2016 10:03:33	Rucio: [E12]
9J	28/07/2016 11:09:50	Rucio: [E07]

⁴⁴³ Nous avons mis en gras les manifestations de l'atténuation en vue d'une lecture plus efficace

	28/07/2016 11:14:06	Rucio: Vale guapo
10J	30/07/2016 11:56:46	Rucio: Tesoro te puedo enviar a Nico?
12J	16/09/2016 12:59:26	Rucio: [E10]
	16/09/2016 13:04:25	Rucio: [E14]
13J	19/09/2016 20:32:23	Rucio: [E07]

Nous constatons que, lors de cette première rencontre professionnelle, María va passer une partie de la journée avec son partenaire commercial et la compagne de celui-ci à la piscine, ce qui est significatif du point de vue interculturel. En effet, Jesús a modifié son planning pour accueillir comme il se doit sa partenaire commerciale (« *cambio todo el plan mio de el lunes al martes y te veo el lunes por la mañana* », [je change tout mon planning du lundi au mardi et je te vois lundi matin] à 14:37:44), et il propose à María d'apporter un maillot de bain pour passer ensemble une partie de la journée à la piscine (« *Si tienes bañador acabamos en la piscina* », [Si tu as un maillot de bain on finit à la piscine] à 14:37:44). María est vraiment reconnaissante de cet accueil (« *sois todos unos tesoros* » [vous êtes tous des trésors] à 14:41:08) et exprime sa joie pour cette proposition de Jesús (« *Guay!!* » [super] à 14:41:08, terme qui relève d'un registre familial), qui en retour exprime également sa joie dans la conversation (« *lunes nos vemos !!* » [à lundi], à 17:17:37). De plus, Jesús propose à María de manger des tapas ensemble le lendemain (conversation n° 3J à 21:01:18). Après leur rencontre, et une fois de retour vers la France, María reprend la conversation *ouatsap* avec Jesús pour le remercier de la journée qu'ils ont passée ensemble et avec la volonté de se revoir prochainement, mais cette fois-ci en France (« *Y millones de gracias por este día. Ha sido genial. Nos vemos en Francia!!!* » [mille mercis pour cette journée. Ça a été génial. On se voit en France], conversation n° 4J, à 19:05:04). Nous interprétons cet aspect interculturel comme une marque d'atténuation des limites de la frontière entre le contexte professionnel et le contexte personnel.

Jesús se montre moins démonstratif que María quant à l'utilisation des formes nominales d'adresse et des vocatifs. Il privilégie la portée sémiotique des *emojis*, qu'il utilise de façon récurrente lors des conversations, comme le montrent les exemples suivants :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Jesús		
Jesús		
N°	Date/heure	Message
1J	06/06/2016 22:23:31	[E29][E01]
3J	12/06/2016 20:42:21	hoola!! dime a que hora paso a buscate[E01][E29]
	12/06/2016 20:44:17	paso yo por la pension jimena o donde estes, dime tu hora... para mi 10 es perfecto[E31]
	12/06/2016 21:01:18	Yo estoy en sojuela, si no tomabamos algo...mejor das vuelta por la plaza y te guias por instinto...o haces dieta...mañana podemos tomar algun pincho en laguardia, ahi controlo mas que en fuen[E01][E29]
5J	17/06/2016 19:26:05	okis okis!! [E01][E29]
	21/06/2016 10:29:51	Jesús: yaaa pero he de cambiar algo en la factura?? mañana te paso iban y datos de banco[E01]
	21/06/2016 10:30:04	Jesús: lanister[E12]
	21/06/2016 10:33:29	[E29]
7J	21/07/2016 10:15:40	por la tarde te paso factura con el numero que querías[E01]sorry!![E29]
	26/07/2016 23:31:00	Ya te lo miro mañana[E29]
	01/08/2016 10:08:48	unos 90 pavos en portes me ha dicho el comercial[E29]
12J	16/09/2016 12:57:14	[E36][E36][E36][E36]
	16/09/2016 12:57:32	[E38][E38][E38][E38][E38]
	16/09/2016 12:59:10	que tal tu [E39]rucio??
	16/09/2016 12:59:33	mañana miro mails[E01]
	16/09/2016 13:00:21	[E05]
	16/09/2016 13:02:39	[E36][E36][E36][E36][E36]
	16/09/2016 13:03:02	haciendo lluvia de[E40]
	16/09/2016 13:03:24	[E37][E37][E37][E37][E37]
	16/09/2016 13:03:32	[E40][E40][E40][E40]
	16/09/2016 13:04:33	[E01]
	20/09/2016 18:50:06	Esta mañana no pude contactar al de hacienda para ver el documento equivalente al de israel que hay que hacer. Dame tiempo para mirarlo y lo bueno es que una vez que aprenda me sirve para otros envios.[E29]

Toutefois, nous considérons que les conversations *ouatsap* entre María et Jesús ne sont pas particulièrement significatives du point de vue de l'atténuation contextuelle, ce que nous justifions par le fait qu'ils se connaissent à peine et que leur relation professionnelle est en cours de construction.

6.1.4.2 Conversations *ouatsap* entre María et Pedro

Nous constatons la présence de formes nominales d'adresse, de vocatifs et d'*emojis* dans les échanges conversationnels entre María et Pedro. Leurs échanges conversationnels sont intéressants dans la mesure où l'utilisation de ces éléments dans les messages de María est beaucoup plus riche que dans les messages de Pedro. En effet, les moyens linguistiques et sémiotiques mobilisés par María répondent à une variation de stratégie désignationnelle qui a pour but de mettre en

évidence le rapport proxémique qui existe entre elle et Pedro ; ces éléments deviennent ainsi des mécanismes d'atténuation contextuelle :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Pedro		
María		
N°	Date/heure	Message
1P	11/07/2015 21:54:57	Nene Jacobinos lo puedo servir fresco?
2P	21/07/2015 09:29:04	Hola nene . Lucas me dice que no tiene tu factura.
3P	05/08/2015 12:19:12	Hola niño! Como vas? Quien hace vino de verdad en la rioja? Igual me paseo por ahí un par de días
	05/08/2015 12:22:53	Eres un cielo . Yo les he hablado de ti a una pareja que van a granada. Si te llaman es de mi parte. Dos médicos guapisimos.
	05/08/2015 12:22:57	[E09]
	05/08/2015 20:12:28	Eres un cielote
	05/08/2015 20:12:33	[E14]
	05/08/2015 20:15:14	Son guapos verdad?
4P	02/09/2015 21:18:37	<image omise>
	02/09/2015 21:18:39	Te quiero un monton!!!!
	02/09/2015 23:32:08	<image omise>
5P	03/09/2015 13:02:13	Mi niño pi noir tiene madera?
	03/09/2015 13:37:29	Estas vendimiando? He visto las fotos del guapísimo Pablo....
	03/09/2015 13:38:42	[E15]
	03/09/2015 13:47:51	De verdad que es muy bueno. Y los chicos han vuelto encantados contigo . Gracias
6P	24/12/2015 09:44:22	Feliz Navidad guapísimo!!!
8P	15/02/2015 11:54:40	Aunque pases de mis mails yo te quiero igual... Como estas?
	15/02/2015 12:02:04	Noooo... No me contestaste lindo mío... Me imagino que estas trabajando. Yo bien. Retomando el proyecto de bar a vinos y a tapeo
12P	10/05/2016 22:55:41	<image omise>
	10/05/2016 22:55:53	Hola Pedrito!!
	10/05/2016 22:56:24	Te esperamos!!
	10/05/2016 22:59:04	Sobre todo ellos... No hagas caso a las copas que son un horror y el vino peor...
	10/05/2016 23:00:29	Los chicos dicen que cuando vengas te alojan
	10/05/2016 23:01:46	Que os echo de menos!!!
	10/05/2016 23:03:39	Besos!!
15P	09/08/2016 19:49:39	[E06]
16P	20/08/2016 16:43:07	Oye cielito me mandas el emcs?
	20/08/2016 16:49:18	[E07]
	20/08/2016 16:54:00	[E06]
	20/08/2016 17:08:16	[E15]
17P	22/08/2016 11:12:02	Pues gracias!!! [E01] [E16]
20P	30/09/2016 16:16:48	Y que eso que no vienes a Francia???
	12/10/2016 13:30:25	Como???? [E07]
	12/10/2016 23:07:06	Te voy a echar de menos loco
	12/10/2016 23:13:27	Y te paras aquí o te hago un escándalo
	12/10/2016 23:17:42	[E05]
	12/10/2016 23:19:05	Vendrá tu chico?
	13/10/2016 12:13:25	[E15]

Comme nous l'avons signalé *supra*, María tient à établir un rapport proxémique avec son partenaire commercial à partir d'une circonstance personnelle de celui-ci qui relève de l'intime : son homosexualité. Bidart (1997 : 1-2) signale que

la confiance comme circulation d'une parole sur l' « *intime* » constitue une pratique sociale de communication qui implique des discours qui sont à priori distants du social, qui sont d'ordre privé, ou même voués au secret ; cette circulation de la parole s'inscrit dans une histoire relationnelle qui impose des *règles de convenance* culturellement admises : ce qui peut être dit entre deux amis est plus ou moins codifié, évolue dans le temps de leur histoire commune, et ces règles implicites sont respectées et transmises socialement. Les propos de confiance sont des propos normalement non-dits, et pourtant ils sont dits : la confiance apparaît alors comme une sorte d'exception reconnue et normée qui situe celle-ci à la frontière entre le social et l'individuel.

Les formes nominales d'adresse utilisées par María relèvent de toute évidence d'une variation de stratégie désignationnelle marquée du point de vue émotionnel (e.g., « *Hola... / Hola! / Hola Pedro / Hola Pedro! / Hola Pedrito!! / Hola niño! / Hola nene* ») ; elles vont constituer un continuum qui va du plus formel au moins formel, du plus neutre au plus affectif grâce à la dérivation appréciative et aux signes d'exclamation. Quant aux vocatifs que María va mobiliser, ils relèvent également d'une variation de stratégie désignationnelle marquée du point de vue émotionnelle par l'intermédiaire de la dérivation appréciative (e.g., « *Jope nene* [Ø aucune dérivation] / *cielo* [Ø aucune dérivation] / *Oye cielito* [diminutif *-ito*] / *cielote* [augmentatif *-ote*]) et de la suffixation (e.g., *guapísimo* [superlatif absolu *-ísimo*]). Par ailleurs, comme nous l'avons signalé *supra*, les adjectifs possessifs atones (« *Mi niño* ») et toniques (« *lindo mío* ») ont un caractère affectif marqué. En outre, les références aux sentiments vis-à-vis de Pedro sont présents dans les tours de parole de María (e.g., « *te quiero un montón / yo te quiero igual / Tendrás que venir a verme / Te paras aquí o te hago un escándalo / Vendrá tu chico? / Te voy a echar de menos loco / Que sepas que te perdiste una cena de filet mignon en hojaldre que te cagas* »). Ces énoncés affectifs sont dépourvus d'ambiguïté puisque Pedro est homosexuel, et María peut se permettre d'exprimer librement ses sentiments. En outre, nous considérons que tous ces éléments expressifs ont aussi une fonction clairement connative en vue de gagner la confiance de Pedro. Par conséquent, nous considérons que les moyens linguistiques mobilisés par María sont une manifestation de l'atténuation des limites de la frontière entre le contexte professionnel et le contexte personnel.

Quant à Pedro, il est moins prolixe dans l'utilisation des formes nominales d'adresse (e.g., « *Hola / Hola María / Hola guapa* ») et des vocatifs (« *guapa!! / guapísima* »), ce que nous interprétons comme une prise de distance de sa part ou bien comme relevant d'une personnalité introvertie.

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Pedro		
Pedro		
N°	Date/heure	Message
1P	11/07/2015 21:20:41	Pedro: Hola María , llegó el miércoles
3P	05/08/2015 12:20:43	Hola guapa , mira en internet y busca "Vinos Sueños", dile que me conoces...
	05/08/2015 20:42:33	Guapísimo s!!!
4P	03/09/2015 07:41:22	Que guapos!!! besos
5P	03/09/2015 14:19:18	Gracias a ti, guapísima
12P	10/05/2016 22:58:19	Joer! Que buen trío de bellezas
	10/05/2016 23:00:39	Creo que para junio subimos
	10/05/2016 23:00:51	Ah! Estupendo!
	10/05/2016 23:01:07	dales un abrazo de mi parte
	10/05/2016 23:03:22	Ok, un beso fuerte
16P	20/08/2016 17:08:07	Perfecto! un beso guapa y hasta pronto
22P	13/10/2016 19:54:29	Gracias! guapa!!

En outre, il nous semble pertinent de signaler les références aux apparences. Ces dernières sont fréquentes dans le milieu homosexuel et apparaissent dans les interventions de María et Pedro (« *guapa / guapísima / guapísimo / guapísimos / qué guapos / qué buen trío de bellezas* »). Par ailleurs, les salutations de fermeture sont révélatrices du niveau de proxémie entre les deux interlocuteurs. Ces salutations montrent également un continuum qui va du plus neutre au plus affectif, du plus formel au plus intime (« *Ok / [E15] / [E01][E16] / [E14] / besos / besos!! / un beso guapa / un beso fuerte* »). En ce qui concerne le rituel de la salutation en Espagne, nous considérons que les *emojis* sont des éléments sémiotiques qui comportent une connotation émotionnelle stéréotypée mais peu connotée. La norme culturelle en Espagne est de serrer la main à une autre personne dans un contexte formel de communication : puis, dans un contexte informel, il est d'usage de faire un baiser sur chaque joue de gauche à droite (entre femmes, entre un homme et une femme, et souvent entre hommes mais quand ils se connaissent bien) ; enfin, il est d'usage de faire un seul baiser pour les proches et les personnes intimes comme preuve d'affection et/ou d'amour.

Por lo tanto, nosotros consideramos que todos los elementos movilizados por Pedro representan igualmente una manifestación de la atenuación de los límites de la frontera entre el contexto profesional y el contexto personal.

6.1.4.3 Conversaciones de WhatsApp entre María y Israel

Nosotros notamos la presencia de formas nominales de dirección, de vocativos y de *emojis* en los intercambios conversacionales entre María y Israel. Ellos son mucho más frecuentes en los enunciados de María en comparación con los enunciados de Israel, como lo demuestran los ejemplos siguientes :

Conversaciones de WhatsApp entre María y Israel		
María		
Nº	Date/heure	Message
3L	11/07/2015 13:38:18	Hola! Ya eres papa?
4L	21/07/2015 15:38:13	Bueno bueno papá... Que ya veo la foto del wasap...
	09/10/2015 11:12:42	Jope que guapisimo!! Va a ser el segunda linea mas guapo del equipo!
5L	05/08/2015 12:18:45	Hola niño! Como vais? Quien hace vino de verdad en la rioja? Igual me paseo por ahí un par de días.
7L	09/10/2015 16:07:37	[E07]
	09/10/2015 16:25:18	[E07]
8L	24/12/2015 09:43:22	Feliz Navidad Pedrito. Se bueno... O no... [E07]
	24/12/2015 09:43:46	Israelillo
10L	15/02/2016 11:54:53	Aunque pases de mis mails yo te quiero igual... Como estas?
11L	10/03/2016 19:24:33	Ok. Besos a la familia
	12/04/2016 22:22:57	[E12]
	12/04/2016 22:35:41	[E06]
	12/04/2016 22:36:23	[E12][E12]
	14/04/2016 18:13:10	[E09]
	14/04/2016 18:19:40	[E12][E12][E12]
21L	03/06/2016 11:54:36	Hola nene. Bajo a la Rioja la semana que viene para ver a Jesús
24L	12/06/2016 20:50:05	Hola. Este es mi teléfono profesional. Por si te llamo y no me reconoces. María[E08]
24L	30/07/2016 12:18:42	[E12][E12]
28L	30/07/2016 12:15:20	Eres un amor
30L	08/08/2016 18:55:04	Nuestro vino... [E06]
	09/08/2016 10:54:33	[E06]
	09/08/2016 14:41:11	[E22]
32L	17/08/2016 21:44:25	[E28][E28][E15][E15]
33L	19/08/2016 18:18:07	Nene mis facturas... [E07]
37L	24/08/2016 23:10:52	O sea que vienes a Lyon y no vienes a verme
	24/08/2016 23:10:58	[E25]
	26/08/2016 23:03:52	Quita loco! Que tengo que pagarte todavía!
38L	02/09/2016 09:46:10	Jope nene vaya exitazo tus vinos... La verdad es que haces un súper curro. Gracias!!!
40L	13/09/2016 11:59:09	Feliz cumpleaños loco.
41L	16/09/2016 13:42:01	Cómo va tesoro?
	16/09/2016 14:56:36	[E10]
43L	19/09/2016 15:00:58	[E10]
45L	30/09/2016 17:49:51	[E07]

47L	11/10/2016 13:27:07	Jesús está loco de atar. Por dormir no hay problema. Yo te alojo. Lunes cierro o sea que cenamos tranquilos y tú descansas. Donde vas luego?
	11/10/2016 13:43:51	Me hace ilusión verte
48L	19/10/2016 22:48:31	Compañía es muy rarito nene... casi que no me traigas
	19/10/2016 22:51:58	[E10]
	19/10/2016 22:52:57	[E15]
49L	22/10/2016 13:04:53	[E17]
	22/10/2016 20:17:39	[E10]
50L	25/10/2016 16:17:05	Has llegado bien?
	25/10/2016 17:15:52	[E22]
	25/10/2016 17:16:52	[E15]
	25/10/2016 17:21:15	[E06]
52L	29/10/2016 15:05:02	Has llegado bien?
	29/10/2016 15:44:22	[E08]
55L	29/11/2016 11:19:01	[E20]
56L	01/12/2016 13:46:21	[E07]
57L	08/12/2016 14:14:21	Hola nene. Cuando me envías cositas?
	09/12/2016 17:39:49	[E10]
	09/12/2016 17:44:55	[E22]
	09/12/2016 17:46:39	[E12]
	09/12/2016 19:23:20	[E10]
58L	14/12/2016 13:46:01	[E14]
59L	15/12/2016 17:29:38	Nene que no me llega na!!!
	15/12/2016 19:34:42	Neneeee
60L	16/12/2016 12:16:22	Tienes noticias? Que estoy sin chorizo... [E06]
	16/12/2016 15:04:01	¡me cago en sus [E32]!
	16/12/2016 15:08:49	Al cártel te digo yo que me voy a comprar la próxima vez... [E10]
62L	20/12/2016 10:53:58	[E11][E11][E27][E27][E27]
63L	24/12/2016 15:12:26	Feliz Navidad familia!
	24/12/2016 15:24:56	Gracias Israel. Ese niño es precioso... tú estás seguro de ser el padre? [E10]. A ver si nos vemos pronto. Un beso te
	24/12/2016 18:40:09	Lo que tenéis que hacer es un calendario en pelota... eso sí que vende! [E12][E12][E12][E12]

María a recours aux formes nominales d'adresse (e.g., « *Hola / Hola! / Hola niño / Hola nene / Como va tesoro? / Eres un amor* »), aux vocatifs (e.g., « *Israelillo / Nene / Neneeee / loco / papá / guapísimo / familia* ») ainsi qu'aux *emoji* pour partager son état émotionnel lors des interactions. Les formes nominales d'adresse utilisées par María mettent en lumière une variation de stratégie désignationnelle marquée émotionnellement ; ces formes constituent un continuum qui va du plus formel au moins formel, du plus neutre au plus affectif grâce à la dérivation appréciative, aux signes d'exclamation et à l'itération des phonèmes.

Il nous semble pertinent de signaler le niveau de proximité émotionnelle et relationnelle entre María et Israel. Israel vient rendre visite à María lors d'un déplacement professionnel. Il n'a pas prévenu María à l'avance pour qu'elle puisse s'organiser (« *Si queréis que yo organice algo necesito la información* ») [Si vous

voulez que j'organise quelque chose il me faut des informations], conversation n° 46L à 13:04:22). Israel la prévient de sa visite samedi 8 octobre (« *Hola si saldré el día 24* » [Salut, oui je pars le 24], conversation n° 46L à 14:13:03), ce qui provoque une réaction virulante chez María (« *Y cuando pensabas avisarme???* » ~ « *El 23???* [E11] » [Et tu comptais me prévenir quand ~ le 23 ? ~ (E11)], conversation n° 46L à 14:13:03 et 14:13:16). Cette réaction de María est significative du point de vue interculturel dans la mesure où en France les rendez-vous importants sont pris longtemps à l'avance (e.g., prendre un rendez-vous avec un conseiller bancaire, démarche très procédurière qui n'a pas lieu d'être en Espagne) ; un délai de 15 jours est un peu juste pour que María puisse prévenir d'autres collègues afin d'organiser une rencontre professionnelle avec Israel. Afin de calmer l'état de crispation de María, Israel fait une plaisanterie, comme nous l'avons signalé *supra* (« *No [,] pensaba avisarte el 22* » ~ « [E24]jajajajaja » [Non je pensais te prévenir le 22]).

Mardi 11 octobre, Israel explique à María qu'il n'a pas eu le temps de réserver une chambre d'hôtel (« *Yo saldré el lunes de madrugada. Llegaré por la tarde y no tengo donde dormir* », [Je pars lundi de bonne heure. J'arriverai tard et je ne sais où je vais dormir] conversation n° 47 à 13:21:26) et María lui propose de l'héberger chez elle avec grand plaisir (« *Por dormir no hay problema. Yo te alojo* » ~ « *Me hace ilusión verte* » [Pas de problème pour dormir. Je t'héberge ~ Ça me fait plaisir de te voir], à 13:27:07 et 13:43:51), ce qui du point de vue interculturel est significatif (i.e., un partenaire commercial qui héberge chez lui un autre partenaire dans le cadre d'un déplacement professionnel). De plus, Israel est conscient qu'en France, comme en Espagne, les petits commerces et la plupart des entreprises du secteur de la restauration sont fermés le lundi ; c'est pour cette raison qu'il se montre hésitant sur la pertinence d'organiser une rencontre professionnelle le lundi soir, juste après son arrivée, et demande à María de prendre une décision (« *No se si un lunes es el mejor día para organizar algo. Eso lo tienes que valorar tu* » [Je ne sais pas si le lundi est le meilleur jour pour organiser quelque chose. C'est à toi d'en juger], à 13:21:26), ce à quoi María répond qu'il ne doit pas s'inquiéter, puisqu'ils vont manger ensemble chez elle et qu'ensuite il pourra se reposer (« *Lunes cierro o sea que cenamos tranquilos y tú descansas* » [Lundi je ferme donc nous mangeons tranquillement et toi tu te reposes]).

Ce n'est pas la première fois qu'Israel vient en France, puisqu'il est marié avec une Française et il rend souvent visite à la famille de son épouse. María prend des nouvelles d'Israel quand il vient en France pour passer les vacances chez la famille de sa femme (e.g., conversation n° 29L, « *Hola. Qué tal en el frío norte?* », [Salut, Ça se passe bien dans la fraîcheur du nord ?], à 12:45:14), et prend des nouvelles pour savoir s'il est bien rentré quand il prend la voiture en France lors de ses déplacements professionnels (e.g., conversation n° 52L « *Has llegado bien?* » [T'es bien arrivé ?], à 15:05:02). Lors d'une conversation avec María (i.e., conversation n° 37L), Israel lui apprend qu'il se trouve à Marseille (« *Por cierto estoy en Marseille si quieres un vino?....* » [Tiens, je suis à Marseille au cas où tu voudrais prendre un verre de vin], à 20:18:55). María lui reproche de ne pas être venu la voir dans son lieu de résidence (« *O sea que vienes a Marseille y no vienes a verme* » ~ « [E25] » [Donc tu viens à Marseille et tu ne viens pas me voir ~ (E25)], à 23:10:52 et 23:10:58), et Israel se voit dans l'obligation de justifier son déplacement en France (« *Pues hoy y ayer estoy en Avignon, de boda de una amiga de Lucrecia que vive aquí* » [Hier et aujourd'hui je suis à Avignon pour le mariage d'une amie de Lucrecia qui habite ici]), ce que nous considérons propre à une relation amicale. Enfin, nous signalerons de nouveau la plaisanterie de María au sujet de la paternité du fils d'Israel (conversation n° 63L à 15:24:56). Par conséquent, nous considérons que tous ces éléments mobilisés par María sont une manifestation de l'atténuation des limites de la frontière entre le contexte professionnel et le contexte personnel.

Quant à Israel, nous considérons qu'il est un peu moins démonstratif que María, mais il mobilise tout de même des formes nominales d'adresse (e.g., « *Hola guapa / Buenas María* »), des vocatifs (e.g., « *tía / castiza / Hija mía / guapa / sol / amiga / mon ami /* ») et des *emoji* pour partager son état émotionnel lors des interactions.

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Israel		
Israel		
N°	Date/heure	Message
1L	08/06/2015 11:01:10	Jajaja [E12][E12][E12][E12][E12][E12]
	08/06/2015 11:22:04	Bon courage mon ami
	13/07/2015 09:01:13	Feliz cumpleaños retrasado amiga , espero que esta racha pase pronto todo vaya a mejor
8L	24/12/2015 09:59:20	Feliz solsticio de invierno amiga y bon courage para el nuevo año
13L	19/03/2016 14:00:26	De nada guapa
24L	13/06/2016 14:04:12	[E24][E24][E24][E24][E24]

28L	29/07/2016 16:24:43	Hola guapa . No consigo hablar con el amigo Jesús así que voy a prepararte lo siguiente porque mañana me voy de vacaciones hasta el día 15
	30/07/2016 12:09:15	La dirección guapa
30L	09/08/2016 21:08:15	Jajajajaja que grande eres . Si es seco, el año pasado fue con residual porque no quiso terminar. Así que perdí unas 100 botellas que el tapón voló
37L	24/08/2016 20:09:27	A ver castiza . Lo del cava es difícil. Porque todo el mundo dice que es natural y rian de rian
40L	13/09/2016 14:00:43	Hola guapa gracias sol . Aquí andamos a mano y a máquina
43L	19/09/2016 10:27:55	Hola guapa Perdóname por la desconexión. Pero ya sabes, vendimia.
	19/09/2016 10:36:34	Si claro que te hagan precio de amigo de Israel, ya sabes los amigos de mis amigos son mis amigos .
	19/09/2016 13:40:45	[E24]jajajajaja
46L	08/10/2016 14:59:04	No pensaba avisarte el 22
	08/10/2016 14:59:13	[E24]jajajajaja
49L	22/10/2016 20:25:11	Jajajajaja. Si es que te juntas convento muy mala. [E24]
52L	29/10/2016 15:26:18	Buenas María. Acabo de llegar aun no me baje de la furgoneta. Muchas gracias.
53L	02/11/2016 19:34:09	Israel: Yo hoy he tenido baby circus con LaLo y Lucrecia a las 17:00 y a las 15:30 estaba podando aún así que tout va bien.
56L	01/12/2016 14:05:23	Ok. Luego me lo cobro en lo que pueda comer y beber. [E24]
59L	15/12/2016 19:35:26	Que no saben naaaa. Mañana me llaman
60L	16/12/2016 15:27:33	Hija mia , es lo que tienen las agencias en navidad.
63L	24/12/2016 15:21:07	Feliz Navidad María es una alegría haberte conocido y tenerte como amiga . Lucrecia, Lalo y yo te mandamos un super abrazo y Felices fiestas.
64L	25/12/2016 17:56:32	Que tia , cuanto te gustan los cochinos

Par ailleurs, les salutations de fermeture montrent le niveau de proxémie entre María et Israel. Ces salutations montrent également un continuum qui va du plus neutre au plus affectif, du plus formel au plus intime (« *Ok* / [E15] / [E28][E28][E15][E15] / [E14] / *besos a la familia* / *un besote* »). Nous constatons que ces éléments sont moins nombreux et moins démonstratifs du point de vue émotionnel par rapport à ceux qui sont présents dans les conversations entre María et Pedro, ce que nous justifions par le fait qu'Israel soit hétérosexuel, et l'expression des sentiments peut porter à confusion dans ce cas-là. Néanmoins, les véritables marques d'affection se trouvent dans les énoncés qu'ils échangent, ce qui est révélateur du niveau de complicité atteint entre eux et de leur niveau d'affection mutuelle (e.g., « *Feliz Navidad María es una alegría haberte conocido y tenerte como amiga. Lucrecia, Lalo y yo te mandamos un super abrazo y Felices fiestas* » [Joyeux Noël María, c'est une joie de t'avoir rencontrée et de t'avoir comme amie. Lucrecia, Lalo et moi t'embrassons bien fort, et bonnes fêtes], conversation n° 63L à 15:21:07).

6.2 La manifestation de la familiarité

Nous allons analyser les manifestations de la familiarité au sens commun du terme ainsi que les manifestations de la familiarité interculturelle en identifiant les contextes où elles se manifestent.

6.2.1 Familiarité au sens commun du terme

Nous allons procéder à l'analyse de la familiarité au sens commun du terme en prenant appui sur les manifestations du vécu commun professionnel et/ou du vécu personnel dans les conversations *ouatsap* entre María et chacun de ses partenaires commerciaux. Le tableau n° 38 rend compte du nombre de conversations *ouatsap* qui présentent ces manifestations.

Tableau n° 38. Manifestations de la familiarité dans les conversations *ouatsap*

	Conversations <i>ouatsap</i>		
	María - Jesús	María - Pedro	María - Israel
Familiarité personnelle	4J	3P, 4P, 12P	1L, 3L, 8L, 14L, 63L
	(1)	(3)	(5)
Familiarité professionnelle	----	8P	7L, 24L, 30L, 43L, 44L, 51L, 54L
	(0)	(1)	(7)

6.2.1.1 Conversations *ouatsap* entre María et Jesús

Les conversations *ouatsap* que nous avons analysées montrent que María et Jesús vont se rencontrer dans la région espagnole où Jesús travaille afin de faire connaissance. Ils sont en contact depuis quelque temps, raison pour laquelle nous ne pouvons identifier aucun élément faisant référence à la familiarité car ils commencent à se découvrir professionnellement. Ils n'ont pas de vécu commun déjà construit puisqu'ils commencent à peine leur relation professionnelle, comme le montre la conversation *ouatsap* de n° 4J :

❖ Conversation n° 4J

13/06/2016 19:05:04: Rucio: Y millones de gracias por este día. Ha sido genial. Nos vemos en Francia!!!
13/06/2016 19:30:50: Jesús: El día no ha acabado jaja estoy dead[E32], te hago factura y me mandas todo ok al fronterear a france[E01]

Nous considérons que la réussite de cette première expérience « présenteielle » devient déterminante par la suite pour la construction de la familiarité. Par conséquent, ils n'ont pas de vécu commun proprement dit puisqu'ils ne se connaissent pratiquement pas.

6.2.1.2 Conversations ouatsap entre María et Pedro

Les conversations *ouatsap* entre María et Pedro mettent en évidence une familiarité commune construite à partir d'expériences personnelles, d'abord leur rencontre lors d'un voyage de Pedro en France, ce que María nous a confié, puis la visite que le couple d'amis homosexuels de María a rendue à Pedro en Espagne :

❖ Conversation n° 3P

05/08/2015 12:22:53: María: Eres un cielo. Yo les he hablado de ti a una pareja que van a nerja. Si te llaman es de mi parte. Dos médicos guapisimos.
05/08/2015 12:22:57: María: [E09]
05/08/2015 12:23:31: Pedro: Gracias!
05/08/2015 12:27:49: María: Se llaman Javier y Mateo. Por si te llaman.
05/08/2015 12:28:13: Pedro: Perfecto!
24/08/2015 20:08:28: Pedro: Acaban de irse, encantadores, ahí llevas algunas botellas para ti, Gracias
05/08/2015 20:12:28: María: Eres un cielote
05/08/2015 20:12:33: María: [E14]
05/08/2015 20:13:03: Pedro: Son pareja?
05/08/2015 20:13:23: María: Si. Desde hace una eternidad!
05/08/2015 20:15:14: María: Son guapos verdad?
05/08/2015 20:42:33: Pedro: Guapísimo s!!!

Cette visite va devenir l'axe à partir duquel leur rapport de confiance va se construire, comme le montrent les conversations suivantes :

❖ Conversations n° 4P et n°12P

Conversation n° 4P
02/09/2015 21:18:37: María: <image omise>
02/09/2015 21:18:39: María: Te quiero un monton!!!!

02/09/2015 23:32:08: María: <image omise>
03/09/2015 07:41:22: Pedro: Que guapos!!! besos
Conversation n° 12P
10/05/2016 22:55:41: María: <image omise>
10/05/2016 22:55:53: María: Hola Pedrito!!
10/05/2016 22:56:24: María: Te esperamos!!
10/05/2016 22:58:19: Pedro: Joer! Que buen trio de bellezas
10/05/2016 22:59:04: María: Sobre todo ellos... [...]
10/05/2016 22:59:31: María: A ver cuando llegáis!!
10/05/2016 23:00:29: María: Los chicos dicen que cuando vengas te alojan
10/05/2016 23:00:51: Pedro: Ah! Estupendo!
10/05/2016 23:01:07: Pedro: dales un abrazo de mi parte
10/05/2016 23:01:31: María: A ver si consigo abrir para mediados de junio
10/05/2016 23:01:56: Pedro: Si subo es para finales
10/05/2016 23:02:43: María: Aquí estaremos

Les images que María a envoyées à Pedro (conversation n° 4P à 21:18:37 et conversation n° 12P à 22:55:41) sont deux photographies où María apparaît avec le couple d'amis homosexuels qui s'est rendu en Espagne, Javier et Mateo. Cet envoi présente l'intérêt de solidifier le lien qui les lie.

Par ailleurs, la conversation n° 8P met en relief l'importance des foires internationales pour les professionnels du secteur viticole, un élément familier pour María et Pedro :

❖ Conversation n° 8P

15/02/2015 12:13:19: Pedro: Me alegro! iras a vins nus a bcln?
16/02/2015 19:24:21: María: Pues no lo se. Depende del proyecto. Tengo un montón de papeles que presentar
16/02/2015 19:25:35: Pedro: Ojalà! Les messages que vous envoyez dans cette discussion et les appels sont désormais protégés avec le chiffrement de bout en bout. Appuyez pour plus d'informations.

6.2.1.3 Conversations ouatsap entre María et Israel

Les conversations *ouatsap* entre María et Israel mettent en évidence une familiarité beaucoup plus riche. Tout d'abord au niveau personnel (e.g., vécu commun avec Israel et Lucrecia, sa femme, ainsi qu'avec des amis en commun) :

❖ Conversation n° 1L

08/06/2015 10:47:46: Israel: <image omise> Idea para la fruit
08/06/2015 10:50:22: María: Poner a Evaristo en la barra? [E10] se ha pedido un plátano? [E12]

08/06/2015 11:01:10: Israel: Jajaja [E12][E12][E12][E12][E12][E12]
08/06/2015 11:01:29: Israel: No se ha pedido una pera, jajaja
08/06/2015 11:04:31: María: Pedidle hoy un banana split de postre...

Cette conversation fait allusion à Evaristo, un ami en commun et, par conséquent, à un vécu personnel partagé.

❖ Conversation n° 3L, n° 8L et n° 63L

Conversation n° 3L
13/07/2015 09:00:30: Israel: Jo lo siento por lo del paro y por no felicitarte, jo vaya cabeza, porque me aviso Facebook.
13/07/2015 09:01:13: Israel: Feliz cumpleaños retrasado amiga, espero que esta racha pase pronto todo vaya a mejor
13/07/2015 09:01:37: Israel: Aun no soy padre, sale de cuentas para el 21
13/07/2015 15:46:10: María: No.. Es mi cumple el 20... Para cuando nace tu bebé
Conversation n° 8L
24/12/2015 09:43:22: María: Feliz Navidad Pedrito. Se bueno... O no... [E07]
24/12/2015 09:43:46: María: Israelillo
24/12/2015 09:43:56: María: Que me lio con los mensajes...
24/12/2015 09:44:00: María: [E07]
24/12/2015 09:59:20: Israel: Feliz solsticio de invierno amiga y bon courage para el nuevo año
24/12/2015 10:00:34: Israel: <image omise>
24/12/2015 10:00:35: Israel: <image omise>
24/12/2015 10:00:39: Israel: <image omise>
24/12/2015 17:41:53: Israel: <image omise>
Conversation n° 63L
24/12/2016 15:12:26: Rucio: Feliz Navidad familia!
24/12/2016 15:19:30: Israel: 2016-12-24-PHOTO-00000499.jpg <fichier joint>
24/12/2016 15:19:30: Israel: 2016-12-24-PHOTO-00000500.jpg <fichier joint>
24/12/2016 15:21:07: Israel: Feliz Navidad María es una alegría haberte conocido y tenerte como amiga. Lucrecia, Lalo y yo te mandamos un super abrazo y Felices fiestas.
24/12/2016 15:24:56: Rucio: Gracias Israel. Ese niño es precioso... tú estás seguro de ser el padre? [E10]. A ver si nos vemos pronto. Un beso te
24/12/2016 18:38:01: Israel: 2016-12-24-VIDEO-00000503.mp4 <fichier joint>

Ces conversations mettent en évidence l'importance des dates d'anniversaire et des fêtes dans la relation professionnelle entre María et Israel, ce que nous avons analysé *supra*. Les images qu'Israel a envoyées à María (conversations n° 8L et n° 63L) sont quatre photographies où apparaît Lalo, le fils d'Israel et de Lucrecia. Cet envoi présente l'intérêt de solidifier le lien qui lie María et Israel, et qui permet d'assurer un vécu personnel en cours de construction.

❖ Conversation n° 14L

12/04/2016 22:36:20: María: Para extraterrestres tu y el Pedro ya me bastáis

Cette conversation montre le rapport existant entre María, Israel et Pedro ainsi que leur vécu personnel, ce qui est révélateur de leur familiarité commune.

Ensuite, nous trouvons également des manifestations de la familiarité au niveau professionnel (e.g., réseautage, conseil à propos des vin naturels ou les valeurs partagées), comme le montrent les exemples suivants :

❖ Conversation n° 7L

09/10/2015 16:25:18: Israel: [E07]
09/10/2015 16:25:40: María: Creo que vas a ser mi base de operaciones...

Cette conversation montre une action récurrente entre María et Israel, le réseautage ainsi que l'efficacité d'Israel, ce qui sera mis en évidence à la conversation n° 43L (« *Tú eres una secretaria estupenda oye* » [Tu es une secrétaire magnifique, écoute], à 10:46:53) :

❖ Conversation n° 24L

12/06/2016 22:18:57: Rucio: Este pueblo es muy feo
12/06/2016 22:20:04: Rucio: Hoy he visitado marqués de Riscal... [E19]
12/06/2016 22:20:29: Rucio: Como se puede hacer vino tan poco interesante???

La familiarité est exprimée ici par les valeurs partagées entre María et Jesús (i.e., le vin naturel face au vin des *bodegas industriales*).

❖ Conversation n° 30L

09/08/2016 19:42:58: Rucio: Agreste es dulce?
09/08/2016 19:43:03: Israel: Cuvee Lucrecia es 2014 airén y vijiriega,80-20 fermentado y criado 6 mese en barrica,sólo magnum. Barrique Lalo es 13, 100% petit verdot.
09/08/2016 19:47:17: Rucio: Ocaso es seco?
09/08/2016 19:47:44: Israel: No es un crianza mixta, velo-oxidativa de varias añadas de airén. 2011-2014 una sola barrica de 600 litros y cada año se sacan 200 botellas y se refresca con vino nuevo
09/08/2016 19:48:30: Rucio: Eso es salvaje
09/08/2016 19:48:49: Rucio: Tú haces Jura en la mancha
09/08/2016 20:43:43: Rucio: Resumen: Agreste es jura y Ocaso ?
09/08/2016 20:53:34: Israel: Blanc de noir de tinto Concha
09/08/2016 20:54:41: Rucio: Si ya... Seco no? Que tú eres capaz de todo[E10]

Cette conversation montre l'importance des compétences professionnelles du caviste, qui doit maîtriser la langue de spécialité et connaître les techniques des

vignerons. Par ailleurs, les conversations n° 44L et n° 54L vont également dans ce sens, ce qui est très important du point interculturel : le caviste sommelier devient un médiateur incontournable pour le client, surtout pour les clients experts, avisés et exigeants dans le domaine du vin naturel, biologique et Demeter, qui sollicitent des compétences avérées du vendeur ainsi qu'un conseil personnalisé et spécialisé :

Conversation n° 44L
29/09/2016 18:47:59: Rucio: Oye Leré Celeste tiene una volátil de fiesta mayor
29/09/2016 18:48:27: Rucio: Es un poco salvajote
29/09/2016 20:52:57: Israel: Está cabron ahora mismo
29/09/2016 21:44:23: Rucio: Mucho
29/09/2016 21:44:42: Rucio: Lo voy a dejar tranquilo a ver si se me calma
Conversation n° 54L
25/11/2016 13:35:51: Rucio: Y tus vinos están bien bravos en volátil. Los voy a enviar al rincón hasta que se les pase... [E07]
25/11/2016 14:07:11: Israel: Todos están con volátil?
25/11/2016 14:34:00: Rucio: Sip [E10]

❖ Conversation n° 43L

19/09/2016 10:31:57: Rucio: Vale. Habla con Jesús, igual se apunta.
19/09/2016 10:34:47: Israel: Puf Jesús es mucho Jesús para 6-7 días de viaje. El que sería interesante es Marino pero no creo que le apetezca o pueda
19/09/2016 10:35:38: Rucio: [...] Entiendo lo de Jesús, es como viajar con un extraterrestre

Cette conversation fait référence à la forte personnalité de Jesús, ce qui est révélateur d'un vécu personnel et professionnel pour María et Israel.

❖ Conversation n° 51L

26/10/2016 19:19:57: Israel: Todo bien. Si claro anoche fue duro y duermo en su casa
26/10/2016 19:29:16: Rucio: Duro?
26/10/2016 19:29:24: Rucio: Cuenta!
26/10/2016 19:29:58: Israel: 8 botellas para 4
26/10/2016 19:30:20: Rucio: La divina proporción

Cette conversation met en évidence une pratique culturelle de socialisation dans le domaine professionnel viticole : la consommation de vin entre collègues. Par ailleurs, d'autres spécialités régionales sont également évoquées et associées au vin (e.g., le chorizo, le *jamón serrano [de jabugo]*, l'huile d'olive ou l'ail noir), comme nous pouvons constater dans la conversation n° 64L :

25/12/2016 14:05:34: Rucio: 2016-12-25-PHOTO-00000505.jpg <fichier joint>
25/12/2016 14:06:10: Rucio: Aquí alimentando los pâtés...[E10]

25/12/2016 17:56:32: Israel: Que tia, cuanto te gustan los cochinos.

María envoie une photographie à Israel montrant les produits régionaux espagnols prêts pour les repas du soir, ce qui est à l'origine de la plaisanterie d'Israel. Afin de préserver l'identité des interlocuteurs, nous avons fait le choix de ne pas justifier la plaisanterie d'Israel (à 17:56:32) ; néanmoins, nous confirmons que le mot « *cochino* » (porc) n'a pas ici de connotation sexuelle. Toutes ces manifestations permettent aux deux interlocuteurs de partager beaucoup plus de références communes, ce qui devient de toute évidence une base stable à leur rapport de confiance avérée.

6.2.2 Familiarité interculturelle

Nous allons procéder à l'analyse de la familiarité interculturelle telle qu'elle est définie par Vittar (2011) (Cf. chapitre 1.3) afin d'identifier les aspects personnels et professionnels qui sont en convergence ou en divergence dans les conversations *ouatsap* entre María et chacun de ses partenaires commerciaux. Le tableau n° 39 rend compte du nombre de conversations *ouatsap* qui présentent ces manifestations (voir tableau n° 39, pp. 348-349).

Tableau n° 39. Manifestations de la familiarité interculturelle dans les conversations *ouatsap*

	Conversations <i>ouatsap</i>		
	María - Jesús	María - Pedro	María - Israel
Aspects socioculturels			
Les repas	3J⁴⁴⁴		
Les marques commerciales	4J		
Les stéréotypes nationaux	4J	10P, 21P	28L, 29L, 32L, 34L, 36L, 43L 60L
La fiction télévisuelle sérielle	5J		
La culture de genre		3P, 5P, 12P	
Fêtes et éphémérides		6P	3L, 4L, 7L, 8L, 40L, 63L
Aspects professionnels			
Culture professionnelle			
Rituels viticoles	4J		6L, 43L, 51L
Remèdes	5J		
Valeurs partagées		3P, 10P, 20P	5L, 12L, 24L, 31L, 37L, 43L, 48L, 62L
Caractéristiques des vins		5P, 16P	14L, 30L, 34L, 37L, 44L, 45L, 54L
Foires internationales		8P	

⁴⁴⁴ Nous avons mis en gras et couleur verte les aspects en convergence, et en gras et couleur rouge les aspects en divergence en vue d'une lecture plus efficace

Culture organisationnelle			
Gestion des paiements	5J		37L, 56L, 57L
Gestions des commandes		14P	19L, 28L, 29L, 30L, 49L, 59L, 60L, 61L
Démarches administratives	13J	16P	22L, 28L, 29L, 30L, 33L, 36L, 48L, 49L, 51L, 53L, 55L, 65L
Accueil d'un stagiaire			2L
Conciliation du travail			53L
Financement participatif		9P	17L

6.2.2.1 Conversations ouatsap entre María et Jesús

Les conversations *ouatsap* menées entre María et Jesús mettent en évidence sept domaines de familiarité interculturelle en convergence qui sont en rapport avec certains aspects socioculturels liés à la visite de María à La Rioja (i.e., la culture des repas en Espagne / les marques commerciales espagnoles [marque Desigual] / les stéréotypes nationaux [l'ETA des années 80] / la fiction télévisuelle sérielle [*Games of Thrones*]) ainsi qu'avec certains aspect professionnels en rapport avec la culture professionnelle, plus précisément avec les rituel viticoles (i.e., la période de la vendange / la consommation de vin comme pratique rituelle de socialisation entre viticulteurs). Par ailleurs, elles montrent deux domaines en divergence vis-à-vis de la culture organisationnelle, plus concrètement la gestion des paiements à l'étranger et les démarches administratives auprès des douanes :

❖ Conversations n° 5J et 13J

Conversation n° 5J	
21/06/2016 10:31:12:	Rucio: Sino te pago está así a pelo y luego vemos por los pedidos siguientes...
21/06/2016 10:31:21:	Jesús: sin papeles y no pagas impuestos??
21/06/2016 10:31:57:	Rucio: Los de la aduana aquí no quieren que les pague porque sale a 3€
Conversation n° 13J	
19/09/2016 20:32:09:	Rucio: Noticias de mi vino?
19/09/2016 20:32:23:	Rucio: [E07]
20/09/2016 07:35:11:	Jesús: Te digo esta tarde, el documento que me pasaste no es el emcs electronico que solemos hacer. [E18]
20/09/2016 18:50:06:	Jesús: Esta mañana no pude contactar al de hacienda para ver el documento equivalente al de israel que hay que hacer. Dame tiempo para mirarlo y lo bueno es que una vez que aprenda me sirve para otros envios.[E29]

María vient de créer son entreprise et n'a pas encore une maîtrise des démarches administratives à faire, mais elle tient à signaler qu'elle agit en toute légalité. Par ailleurs, le tour de parole de Jesús à la conversation n° 13J (« *el documento que me pasaste no es el emcs electronico que solemos hacer* » [le

document que tu m’as passé n’est pas l’EMCS électronique que nous avons l’habitude de faire], à 07:35:11) montrent les difficultés des partenaires espagnols à mener des opérations commerciales au-delà de leurs frontières nationales.

6.2.2.2 Conversations ouatsap entre María et Pedro

Les conversations ouatsap menées entre María et Pedro mettent en évidence trois aspects socioculturels en convergence (i.e, les stéréotypes nationaux [sentiment d’infériorité des Espagnols vis-à-vis de l’Europe / la réputation du domaine de la Romanée-Conti], la culture de genre [homosexualité de Pedro et réseautage gay friendly], et les fêtes et éphémérides [Fêtes de Noël]). Elles présentent aussi trois aspects de la culture professionnelle en convergence (i.e., les valeurs partagées [le mépris du vin des *bodegas industriales* / les difficultés rencontrées par les producteurs du vin naturel / la qualité des vins naturels], les caractéristiques des vins naturels [goût et arôme] et les foires internationales [“vins nus” à Barcelone]) ainsi que trois domaines de la culture organisationnelle en convergence (i.e., la gestion des commandes [envoi collectif des palettes], les démarches administratives [gestion des ECMS] et le financement participatif).

❖ Conversation n° 16P

20/08/2016 16:43:07: María: Oye cielito me mandas el emcs?
20/08/2016 16:43:19: María: Y la factura?
20/08/2016 16:44:18: María: Que me dice Israel que cada uno el suyo
20/08/2016 16:45:36: Pedro: Tienes que mandarme tu mNúmero de emcs y datos fiscales
20/08/2016 16:46:15: María: FRXXXXXXXXXXXX
20/08/2016 16:46:30: María: Eso es accise
20/08/2016 16:46:56: María: FR XXXXXXXXXXXXXXX
20/08/2016 16:47:00: María: Iva
20/08/2016 16:47:30: María: RUCIO.10 RUE DE LA VIGNE. 87000 LIMOGES
20/08/2016 16:51:02: Pedro: Y los vinos que tal?
20/08/2016 16:51:44: María: A Charlemos no le gusto el viaje creo. Se esta asentando. Misterio lo vive mejor.
20/08/2016 16:52:03: María: Aunque eso lo pienso yo
20/08/2016 16:52:10: María: Los clientes encantados
20/08/2016 16:53:02: Pedro: Pues que le pasa al Charlemos
20/08/2016 16:53:13: María: Se cerró un poco
20/08/2016 16:53:19: María: Nada grave
20/08/2016 16:53:55: María: Se le pasará
20/08/2016 16:54:00: María: [E06]
20/08/2016 16:54:08: Pedro: Ah!
20/08/2016 16:55:43: Pedro: Los de japon dicen que es un éxito! pero que ellos creen que dentro de un mes
20/08/2016 17:02:15: Pedro: De todas formas si hay algún problema me lo dices

20/08/2016 17:05:42: María: Que va
20/08/2016 17:06:13: María: Si es que eso de viajar no le gusta
20/08/2016 17:06:47: Pedro: El lunes te envio emcs y factura
20/08/2016 17:06:58: María: Perfecto
20/08/2016 17:07:18: María: Y en octubre me traes aceite
20/08/2016 17:07:28: María: Que Israel no me mando
20/08/2016 17:08:07: Pedro: Perfecto! un beso guapa y hasta pronto
20/08/2016 17:08:15: Pedro: Octubre
20/08/2016 17:08:16: María: [E15]

María et Pedro maîtrisent les démarches administratives qu'il faut mener lors des transactions commerciales à l'étranger (i.e., gestion des ECMS). Quant à la qualité des vins naturels espagnols, ceux-ci ne tolèrent pas bien les longs voyages pour cause de biocides rajoutés (i.e., sulfites), raison pour laquelle il faut leur laisser un temps de repos. Enfin, María achète également d'autres produits régionaux bio (e.g., de l'huile d'olive vierge), ce qui permet de soutenir les petits producteurs locaux de la région de Pedro qui n'ont pas les moyens de s'ouvrir à l'international. De plus, cette façon de procéder permet de contourner les contraintes imposées par les intermédiaires, ce qui répond à la philosophie du commerce équitable.

6.2.2.3 Conversations ouatsap entre María et Israel

Les conversations *ouatsap* menées entre María et Pedro mettent en évidence deux aspects socioculturels en convergence (i.e, les stéréotypes nationaux [le climat du nord / la réputation de voleurs pour les gitans / *Spain is different* / le secteur du vin naturel comme mafia ou lobbies / le caractère commercial des fêtes de Noël], et les fêtes et éphémérides [Fêtes de Noël / anniversaires / paternité d'Israel]). Elles présentent aussi trois aspects de la culture professionnelle en convergence (i.e., les rituels [i.e., la période de la vendange / la consommation de vin comme pratique rituelle de socialisation entre viticulteurs], les valeurs partagées [le mépris du vin des *bodegas industriales* / les produits bio espagnols / les propriétés et la qualité des vins naturels) ainsi que cinq domaines de la culture organisationnelle en convergence (i.e., la gestion des paiements, la gestion des commandes [envoi collectif des palettes], les démarches administratives [gestion des ECMS], l'accueil d'un stagiaire, et le financement participatif). Par contre, les conversations mettent en évidence quelques divergences :

❖ Conversation n° 8L

24/12/2015 09:43:22: María: Feliz Navidad Pedrito. Se bueno... O no... [E07]
24/12/2015 09:59:20: Israel: Feliz solsticio de invierno amiga y bon courage para el nuevo año

Nous interprétons l'énoncé d'Israel comme révélateur de ses croyances religieuses, qui sembleraient en divergence avec la tradition judéo-chrétienne.

❖ Conversation n° 37L

24/08/2016 17:48:18: Rucio: Necesito un cava
24/08/2016 17:48:28: Rucio: Quien lo hace sin mierdas
24/08/2016 17:48:47: Rucio: Y no muy rarito como el de Cueva Iluminada
24/08/2016 20:09:27: Israel: A ver castiza. Lo del cava es difícil. Porque todo el mundo dice que es natural y rian de rian

Cette conversation montre le manque de connaissances spécifiques de María par rapport au cava espagnol, ce qui se traduit par une sorte de divergence.

❖ Conversations n° 56L et 57L

Conversation n° 56L
01/12/2016 13:49:58: Rucio: Vale. Te he pagado esta mañana
01/12/2016 13:50:10: Rucio: Se me había traspapelado la factura
01/12/2016 13:50:13: Rucio: Perdóname
01/12/2016 13:52:26: Israel: Jajajajajaja. No te preocupes. Ni me había fijado.
01/12/2016 13:53:45: Rucio: Me da mucho apuro olvidarme de pagar
01/12/2016 13:54:23: Israel: A mi no, no te preocupes. Jajajaja
01/12/2016 13:55:12: Rucio: La próxima la pierdo entonces... [E12]
Conversation n° 57L
09/12/2016 17:44:10: Israel: Quesos?tengo uno de cada aquí en la cámara
09/12/2016 17:44:50: Rucio: No he pagado ninguno aún
09/12/2016 17:44:55: Rucio: [E22]
09/12/2016 17:45:12: Rucio: Será que no tengo la factura
09/12/2016 17:45:44: Israel: No jodas no puede ser , voy a hablar ahora mismo con administración
09/12/2016 17:46:35: Rucio: Porque si son gratis puedes meterme lo que quieras...

Cette conversation met en évidence l'organisation divergente dans le paiement des factures. En effet, María fait un contrôle régulier de ses paiements. En revanche, Israel est plus laxiste à cet égard.

❖ Conversations n° 29L, 30L, 49L, 59L, 60L, 61L et 65L

Conversation n° 29L
06/08/2016 12:45:35: Rucio: Tú sabes cuándo me llega el vino?
06/08/2016 16:22:17: Israel: Pues me llamaron ayer para pedirme tu teléfono, yo creía que llegaba

ayer. Entonces no te llegará hasta el lunes. Hoy no puedo llamar a ningún sitio. El lunes a primera hora llamé y te cuento.
Conversation n° 30L
08/08/2016 18:54:51: Rucio: Noticias de mi vino?
08/08/2016 19:35:44: Israel: Hoy no he podido hablar con ellos he llamado varias veces y ha sido imposible. Les mandé un mail y no he tenido respuesta. Mañana te cuento. Si no te han llamado es porque hoy no te lo entregaban.
08/08/2016 19:36:32: Rucio: Vale. Pues ya vendrán
Conversation n° 49L
22/10/2016 17:19:31: Rucio: Noticias jamoneras?
22/10/2016 19:58:22: Israel: Nada cerrados. Para matarte
Conversation n° 59L
15/12/2016 17:29:38: Rucio: Nene que no me llega na!!!
15/12/2016 17:30:56: Israel: No tengo info ninguna.
15/12/2016 17:32:33: Rucio: Y puedes llamar?
15/12/2016 19:34:42: Rucio: Neneeee
15/12/2016 19:35:26: Israel: Que no saben naaaa.Mañana me llaman
15/12/2016 20:05:14: Rucio: Vale
15/12/2016 20:05:40: Rucio: Que cruz que tengo con vosotros!
Conversation n° 60L
16/12/2016 12:16:22: Rucio: Tienes noticias? Que estoy sin chorizo... [E06]
16/12/2016 13:26:47: Rucio: Dame el número
16/12/2016 14:57:06: Rucio: Y los llamo yo
16/12/2016 15:03:26: Israel: No lo tengo. Es mi agencia la que no recibe respuesta de la francesa.
16/12/2016 15:06:49: Rucio: Que agencia es?
16/12/2016 15:08:08: Israel: Ni idea
16/12/2016 15:27:33: Israel: Hija mia, es lo que tienen las agencias en navidad.
Conversation n° 61L
19/12/2016 22:40:23: Rucio: Tienes noticias del camión?
Conversation n° 65L
27/12/2016 09:21:19: Rucio: Oye Israel que estoy en las aduanas y me dicen que tu gestor hace los emcs dando 12h de margen para la llegada de la mercancía. Y eso me impide registrarla cuando llega. Con lo que te arriesgas a pagar tú los impuestos...
27/12/2016 09:21:55: Rucio: Tienes que decirle que me dé al menos 7 días de margen
27/12/2016 09:22:35: Rucio: Os hago un mail a ti y a Pedro porque me pasa lo mismo con él
27/12/2016 12:34:57: Rucio: Lo he arreglado con la aduana por los otros pedidos. Comprueba con los impuestos que no te carguen el iva

Le respect des délais de livraison pose fréquemment des problèmes, non seulement pour le client français mais aussi pour le vendeur espagnol. Si la marchandise n'arrive pas en France à la date marquée sur l'EMCS par le vendeur espagnol, celui-ci peut être accusé par les douanes espagnoles de vente frauduleuse. Par conséquent, le respect des délais sur les EMCS est un moyen de contrôle fiscal.

❖ Conversation n° 30L, 33L, 51L et 53L

Conversation n° 30L
09/08/2016 17:55:51: Rucio: Cuando puedas mándame los precios bonito que sino no puedo vender...
Conversation n° 33L

19/08/2016 18:18:07: Rucio: Nene mis facturas... [E07]
Conversation n° 51L
26/10/2016 18:22:59: Rucio: Oye y la factura del queso?
Conversation n° 53L
02/11/2016 12:18:54: Rucio: Me mandas el emcs?

La rigueur et l'attention portées sur certaines démarches administratives, comme l'envoi des prix de vente, l'envoi de l'EMCS ou des factures, sont en divergence et posent souvent des problèmes à María.

❖ Conversations n° 36L et 48L

Conversation n° 36L
23/08/2016 08:06:48: Rucio: Oye explícame lo que le tengo que pedir a las aduanas... Cuál es exactamente el problema? Por qué no me puedes hacer el emcs?
23/08/2016 08:19:36: Israel: Porque en la base de datos de las aduanas españolas apareces como operador pero no tienes habilitada la recepción directa . Esto antes no daba problema porque el documento se hacía en papel,el anterior DA500 y el funcionario lo arreglaba. Ahora al ser electrónico no nos deja hacer el emcs
23/08/2016 08:20:31: Rucio: Vale
23/08/2016 08:20:46: Rucio: Los llamo y te cuento luego
23/08/2016 08:20:58: Israel: Con otros chicos de Francia me ha pasado igual y al final hemos tenido que hacer una factura con iva y sacar el vino del régimen suspensivo.
23/08/2016 08:21:15: Rucio: Igual es que soy una lerda y no he activado algo en internet
23/08/2016 08:21:35: Rucio: Que me explicaron algo que no entendí
23/08/2016 08:22:26: Israel: No lo sé. Es posible . Pero el programa español es una mierda
23/08/2016 08:23:26: Rucio: Había que activar algo en Gamma y no entendí el qué y luego el tipo se largó de vacaciones y no lo hice. Los llamo y veo.
23/08/2016 08:23:52: Israel: Ok, luego me cuentas.
23/08/2016 08:55:11: Rucio: Me van a dar otro numero. Lo generan hoy. Mañana estará activo.
23/08/2016 08:55:35: Rucio: Dice que solo les pasa con España... [E22]
Conversation n° 48L
20/10/2016 12:47:47: Israel: Una pregunta. Podrías hacerme un favor. Podría hacerte el EMCS con el pedido de Rosa de Tours y luego cancelarlo?
20/10/2016 12:52:14: Israel: Tendrías que hacer una modificación con incidencia y pedir la modificación
20/10/2016 12:59:45: Rucio: No entiendo nada de lo que me dices

L'interopérabilité sémantique entre les systèmes informatiques espagnol et français pose des problèmes dans les échanges commerciaux avec la France, ce qui relève d'une divergence structurelle. De plus, l'élaboration des EMCS est assez complexe et pose des problèmes, comme le montrent également les conversations n° 30L et 65L :

Conversation n° 30L
09/08/2016 21:14:21: Rucio: Hablé con Jesús. Su problema es que no sabe hacer emcs. Y tiene una secretaria vieja en Arleda que no se aclara. O sea que cuando tú me mandes el tuyo yo se lo mando para que lo copie.
Conversation n° 65L

27/12/2016 09:21:19: Rucio: Oye Israel que estoy en las aduanas y me dicen que tu gestor hace los emcs dando 12h de margen para la llegada de la mercancía. Y eso me impide registrarla cuando llega. Con lo que te arriesgas a pagar tú los impuestos...
27/12/2016 09:21:55: Rucio: Tienes que decirle que me dé al menos 7 días de margen

❖ Conversation n° 55L

29/11/2016 11:18:50: Rucio: O sea que Jesús no quería venderme vino a mi que soy importador pero ahora le tengo que comprar a un importador porque se ha puesto a trabajar con un tipo de bayonne...
29/11/2016 11:19:01: Rucio: [E20]
29/11/2016 11:28:25: Israel: Este es medio gilipollas. Me tiene una hora al teléfono hace unos días y no me dice ni mu.
29/11/2016 12:31:04: Rucio: Te meto en copia oculta lo que le envío a Jesús por si te llama o algo
29/11/2016 12:44:01: Israel: Ok. Gracias
30/11/2016 19:25:12: Rucio: Jesús se ha puesto las pilas y ahora quiere hacer un emcs pero tengo que enviarle un modelo. Que cansada me tiene.
30/11/2016 19:25:24: Rucio: Paso
30/11/2016 19:28:28: Israel: Pues si, pasa y punto. Porque se tenía que poner las pilas de otra manera. Es un comodón

Les compétences professionnelles dans le domaine de l'administration de Jesús sont en divergence par rapport à celles de María et Israel (« *Su problema es que no sabe hacer emcs. Y tiene una secretaria vieja en Arleda que no se aclara* », [Son problème est qu'il ne sait pas remplir un ECMS. Et il a une secrétaire âgée qui a du mal à comprendre], conversation n° 30L à 21:14:21), ce qui pose de réels problèmes et représente un frein pour la création de confiance interculturelle.

❖ Conversation n° 2L

17/06/2015 11:28:15: María: Hola. Tu podrías coger a un crio en practicas 3 meses a partir de ya? Un amigo necesita enviar a su hijo en stage para validar no se que estudios...
17/06/2015 11:32:35: Israel: Pues ahora precisamente complicado , porque el trabajo no abunda hasta la vendimia y además esta Lucrecia que va a necesitar de mi ayuda cada día mas. Nos queda muy poco para que llegue el bebe
17/06/2015 11:32:40: Israel: Lo siento
17/06/2015 11:34:27: María: No pasa nada. No es tan amigo como para que me preocupe... [E02]

Nous considérons que la réponse d'Israel à la demande de María répond à des habitudes professionnelles en divergence entre les deux pays. En effet, les stages professionnels en formation initiale sont très fréquents en France, ce qui n'est pas toujours le cas en Espagne.

6.3 La manifestation de l'intimité partagée

Nous allons analyser les manifestations de la connaissance privilégiée et approfondie de l'autre interlocuteur dans les conversations *ouatsap* entre María et chacun de ses partenaires commerciaux. Le tableau n° 40 rend compte du nombre de conversations *ouatsap* qui présentent ces manifestations.

Tableau n° 40. Manifestations de l'intimité partagée dans les conversations *ouatsap*

	Conversations <i>ouatsap</i>		
	María - Jesús	María - Pedro	María - Israel
Intimité partagée	2J, 4J, 5J	1P, 3P, 5P	1L, 2L, 3L, 4L, 7L, 14L, 28L, 34L, 50L, 51L, 53L, 63L
	(3)	(3)	(13)

6.3.1 Conversations *ouatsap* entre María et Jesús

Les conversations *ouatsap* menées entre María et Jesús mettent en évidence quelques éléments qui relèvent de l'intime que ce soit du point de vue personnel (e.g., María connaît Idoia, la compagne de Jesús, et Jesús connaît le compagnon de María) ou du point de vue professionnel (e.g., action illégale menée par María vis-à-vis des douanes). Ces éléments sont les premiers qu'ils vont partager parce qu'ils commencent à peine leur rapport professionnel. En effet, nous pouvons considérer que les conversations n° 2J, n° 4J et n° 5J amènent à une intimité partagée. Lors de son déplacement professionnel en Espagne, María partage avec Jesús et sa compagne Idoia une après-midi à la piscine, ce que nous avons analysé *supra*. Jesús viendra rendre visite à María en France, ce qui fait preuve d'une véritable volonté pour resserrer leurs liens.

Un autre aspect important relevant de l'intimité partagée apparaît quand María confirme à Jesús avoir traversé la frontière française par les routes secondaires (conversation n° 4J), probablement afin d'éviter les agents de la douane volante, c'est-à-dire un risque, puisque María n'a pas la facture des bouteilles des vins qu'elle a ramenées en France, et qu'elle doit payer à Jesús (i.e., vente frauduleuse), ce que nous avons analysé *supra*. Dans ce contexte précis, María et Jesús vont partager un secret, leur comportement illégal en raison de la violation de la loi.

6.3.2 Conversations *ouatsap* entre María et Pedro

Les conversations *ouatsap* menées entre María et Pedro mettent en évidence quelques éléments qui relèvent de l'intime aussi bien du point de vue professionnel (e.g., action irrégulière pour cause de vente déclarée en différée, conversation n° 23P) que du point de vue personnel (e.g., María sait que Pedro est homosexuel, et connaît Pablo le compagnon celui-ci ; de son côté, Pedro connaît Mateo et Javier, le couple d'amis homosexuels de María), ce que nous avons analysé *supra*.

❖ Conversation n° 23P

25/10/2016 09:33:45: María: Hola! Oye que Israel se olvidó mis cajas de tus vinos. Así que me he quedado con 1 Misterio y 1 Charlemos de las cajas de Carlos.
25/10/2016 09:35:37: María: Para que lo sepas... Y no me hagas un emcs de lo que esta en Madrid.
25/10/2016 11:27:01: Pedro: Vaya plan! llevaría la furgoneta llena, como se le va ha olvidar?
25/10/2016 11:27:29: Pedro: Quieres que te haga EMCS para solo 2 cajas?
25/10/2016 16:18:24: María: Pues se dijo que lo metia lo ultimo y se lo dejó... Pues no se por el emcs. Es una paliza para tu gestor por 12 botellas...
25/10/2016 16:19:33: María: Pero es que necesito la factura para pagarte
25/10/2016 16:19:36: Pedro: Por eso te lo digo
25/10/2016 16:20:09: María: Como lo hacemos? Lo metes en la factura del total y lo declaramos en enero?
25/10/2016 16:20:30: Pedro: Perfecto!
25/10/2016 16:20:42: María: Total son 20 céntimos yo que yo hago de fraude...
25/10/2016 16:20:45: María: [E07]

Israel a fait un déplacement professionnel en France lundi 24 octobre 2016 et il a été hébergé chez María, ce que nous avons analysé *supra*. Il a fait ce déplacement avec sa fourgonette ; lors de sa visite, Israel a apporté des bouteilles de vin à María mais il a oublié en Espagne les bouteilles de vin que Pedro lui avait confiées. María s'est emparé de douze bouteilles de vin de Pedro qui étaient destinées à Carlos, ce qui provoque un problème de gestion administrative (i.e., gestion de l'EMCS et de la facture). La vente des vins a donc eu lieu dans un contexte irrégulier.

6.3.3 Conversations *ouatsap* entre María et Israel

María et Israel se connaissent de longue date et entretiennent des rapports commerciaux depuis longtemps, raison pour laquelle nous avons identifié des éléments faisant référence à leur intimité partagée, aussi bien du point de vue

personnel que professionnel. En raison du nombre d'éléments présents dans les conversations *ouatsap* entre María et Israel, nous avons recueilli sous forme de tableau les manifestations de l'intimité partagée (voir tableau n° 41), ce que nous avons analysé *supra* :

Tableau n° 41. Manifestations de l'intimité partagée entre María et Jesús

	Conversation	
Références à la femme d'Israel (Lucrecia)	2L, 3L, 28L, 43L, 53L, 63L	(6)
Références au fils d'Israel (Lalo)	4L, 7L, 53L, 63L	(4)
Références aux amis en commun	1L	(1)
Séjour en prison d'Israel	34L	(1)
Critiques faites aux collègues	14L, 23L, 34L, 43L, 45L, 55L	(6)
Rituel de socialisation (consommation de vin)	51L	(1)
Comportement illégal vis-à-vis des douanes	34L, 50L	(2)

6.4 La construction de la relation de confiance

Nous allons analyser la construction de la relation de confiance dans les conversations *ouatsap* que María entretient avec chacun de ses partenaires commerciaux. Nous allons prendre appui sur trois principes qui mettent en relief la création de la relation de confiance : les principes de symétrie, de réciprocité et de sincérité. Ce dernier fera l'objet d'une étude plus approfondie afin d'y analyser les manifestations de l'auto-présentation que chaque interlocuteur fait de soi, et les manifestations linguistiques de la valeur morale de la confiance.

6.4.1 Principe de symétrie

Nous allons analyser les manifestations linguistiques qui véhiculent des rapports dyadiques (i.e., relation dominant-dominé) dans les conversations *ouatsap* entre María et chacun de ses partenaires commerciaux espagnols. Nous allons faire référence aux formes d'adresse pronominales et nominales mobilisées par chaque interlocuteur dans la mesure où nous considérons les formes nominales d'adresse comme étant particulièrement révélatrices de la construction de la relation sociale entre interlocuteurs. Kerbrat-Orecchioni (1992 : 15) affirme à ce sujet que les formes d'adresse sont l'ensemble des expressions dont dispose le locuteur pour désigner son (ou ses) allocutaire(s) :

« [...] Ces expressions ont généralement en plus de leur valeur déictique (exprimer la “deuxième personne”, c’est-à-dire référer au destinataire du message), une valeur relationnelle : lorsque plusieurs formes sont déictiquement équivalentes, comme “tu” et “vous” employés pour désigner un allocutaire, elles servent en outre à établir un type particulier de lien social [...] Ces éléments sont répartis ainsi : les pronoms (tu, vous) et les noms d’adresse (prénoms, les termes affectueux et appellatifs) et démontrent le passage à une relation interpersonnelle plus informelle [...] »

Gutiérrez Laffargue (2015 : 259-265) considère que les formes d’adresse mettent l’accent sur le rôle déictique et sociale des dites formes :

« [...] L’évolution du tutoiement en Espagne est un fait sociologiquement avéré [...] Le système de l’adresse, est donc, à ce titre, l’une des marques linguistiques privilégiées de la transformation d’une société, comme le montre aujourd’hui la prédominance de l’adresse symétrique dans des situations qui naguère auraient exigé *usted* dans une relation dissymétrique [...] Il est en effet indispensable d’étudier les termes d’adresse dans la communication, puisque [...] leur double fonction, déictique et sociale est indissociable d’une situation de communication concrète [...] »

L’analyse des formes d’adresse vont donc nous apporter des réponses sur la nature de la relation existante entre María et chacun de ses partenaires commerciaux.

6.4.1.1 Conversations ouatsap entre María et Jesús

Nous avons répertorié *supra* les formes d’adresse utilisées par María et Jesús (voir tableau n° 29, p. 305), et nous considérons que l’absence de formes nominales d’adresse dans ce contexte professionnel met en lumière la distance sociale existante entre le client (i.e., María) et le vendeur (i.e., Jesús), ce qui est révélateur du rapport dyadique existant entre eux.

6.4.1.2 Conversations ouatsap entre María et Pedro

Nous avons répertorié également *supra* les formes d’adresse utilisées par María et Pedro (voir tableau n° 31, pp. 312). Ces formes sont plus riches par rapport aux conversations *ouatsap* entre María et Jesús, et comportent une forte dimension émotionnelle très significative du point de vue fonctionnel, ce que nous avons déjà

signalé *supra* (i.e., double fonction expressive et connative). Par ailleurs, la mise en relation avec des tierces personnes met en évidence leur rapport de symétrie, comme le montrent les exemples suivants :

Conversation <i>ouatsap</i> entre María et Pedro		
N°	Date/heure	Message
2P	21/07/2015 09:29:04	María: Hola nene. Lucas me dice que no tiene tu factura.
	21/07/2015 09:31:37	Pedro: Hola, por eso te dije, si me podías pasar su correo
	21/07/2015 09:32:00	María: No tiene. Enviámelo a mi ⁴⁴⁵
	21/07/2015 09:32:12	Pedro: Ok
3P	05/08/2015 12:19:12	María: Hola niño! Como vas? Quien hace vino de verdad en la rioja? Igual me paseo por ahí un par de días.
	05/08/2015 12:20:43	Pedro: Hola guapa, mira en internet y busca "Vinos Sueños", dile que me conoces...
10P	23/04/2016 19:34:24	María: Es super complicado lo del vino natural español!!!!
	23/04/2016 19:34:40	María: Suerte que os tengo a vosotros!!! [E15]

L'utilisation de l'imparfait de l'indicatif acquiert ici une fonction de politesse (conversation 2P à 09:31:37), ce que nous interprétons comme étant une marque d'atténuation du rapport dyadique entre María et Jesús. La conversation n° 3P souligne l'importance des réseaux professionnels, surtout dans un domaine de spécialisation aussi marginal et pointu que celui du vin naturel ; leur mode de fonctionnement est révélateur : l'intégration d'une personne dans un réseau professionnel requiert des garanties externes, et celles-ci sont ici représentées par Pedro, ce qui justifie son tour de parole à 12:20:43 (« *dile que me conoces* » [dis-lui que tu me connais]). La conversation n° 10P montre l'intérêt des réseaux professionnels : un circuit d'influence, ce que nous considérons comme manifestation du principe de symétrie. De plus, les remerciements de Pedro à Maria témoignent du principe de symétrie et, de ce fait, de la création de confiance interpersonnelle et interculturelle entre eux, comme le montre la conversation suivante :

Conversation <i>ouatsap</i> entre María et Pedro		
20P	30/09/2016 19:03:50	Pedro: Gracias por crear en mis vinos
	01/10/2016 15:24:50	María: Pero Pedro por Dios! No es una cuestión de Fé! Tus vinos son espectaculares!!!

L'utilisation du verbe « *crear* » (croire) est ici fortement significative puisque ce verbe fait référence aux différents degrés de confiance évoqués *supra* (voir figure

⁴⁴⁵ Nous avons mis en gras les éléments les plus pertinents en vue d'une lecture plus efficace.

n° 6, p. 23). Pour Pedro, le verbe « *creer* » a un sens de confiance avérée, de *pari gagné* (« 8. *Tener confianza en alguien o algo* », DRAE), tandis que María va jouer avec les nuances du verbe « *creer* » pour vanter la qualité des vins de Pedro ; elle va contextualiser le verbe dans une dimension religieuse (« 6. *Tener creencias religiosas* », DRAE) grâce à l'utilisation de l'intensificateur « *por Dios* » et aux références faites à la foi « *fe* », ce que nous interprétons comme un moyen rhétorique qu'elle a consciemment mis en œuvre pour atteindre son but.

Enfin, nous noterons également la conversation n° 9P par laquelle María fait part à son réseau d'amis (« *Queridos amigos* », [chers amis]) du financement participatif qu'elle a mis en place afin que Pedro soutienne économiquement la création de son entreprise (Rucio), ce qui relève du principe de symétrie et, par ailleurs, est révélateur du niveau de confiance interpersonnelle entre María et Pedro :

Conversation <i>ouatsap</i> entre María et Pedro		
N°	Date/heure	Message
9P	21/04/2016 21:41:11	María: Queridos amigos: Os anuncio la apertura de mi bar/bodega. Os propongo, pido, ruego y suplico que participéis al crowfounding. Os estaré eternalmente agradecida y os espero detrás de la barra. Descubridlo rápido:

6.4.1.3 Conversations *ouatsap* entre María et Israel

Nous avons répertorié *supra* les formes d'adresse utilisées par María et Israel (voir tableau n° 33, pp. 318-320). Ces formes sont très riches, et mettent en exergue un rapport symétrique entre eux.

La conversation n° 43L souligne également l'importance des réseaux professionnels et de leur mode de fonctionnement, ce que nous avons analysé *supra* (i.e., garanties externes) et que nous considérons comme une manifestation du principe de symétrie :

Conversation <i>ouatsap</i> entre María et Israel		
N°	Date/heure	Message
43L	19/09/2016 10:36:34	Israel: Si claro que te hagan precio de amigo de Israel , ya sabes los amigos de mis amigos son mis amigos . ⁴⁴⁶

⁴⁴⁶ Nous avons mis en gras les éléments les plus pertinents en vue d'une lecture plus efficace.

Nous noterons également la conversation n° 17L par laquelle María fait part à Israel du financement participatif qu'elle a mis en place pour la création de son entreprise (Rucio), ce que nous avons analysé *supra*. Toutefois, une conversation a tout particulièrement attiré notre attention en raison du rapport dissymétrique mis en relief. En effet, la conversation n° 49L souligne un rapport dyadique entre Israel et María marqué du point de vue linguistique :

Conversation <i>ouatsap</i> entre María et Israel		
N°	Date/heure	Message
49L	22/10/2016 12:40:37	Rucio: Oye los del jamón trabajan hoy?
	22/10/2016 12:40:37	Rucio: Me das el número?
	22/10/2016 13:02:10	Israel: No
	22/10/2016 13:02:14	Israel: Lo siento
	22/10/2016 13:02:32	Israel: Lo llamé yo. Que necesitas
	22/10/2016 13:04:10	Rucio: El precio de lo que tengo, el cebo. Y los precios de bellota, jamón, lomo, chorizo y sobrasada.
	22/10/2016 13:04:24	Rucio: No puedo decidir sin precio
	22/10/2016 13:04:45	Rucio: Soy una calamidad debería de haberles llamado antes
	22/10/2016 13:04:53	Rucio: [E17]
	22/10/2016 17:19:18	Rucio: Hola
	22/10/2016 17:19:31	Rucio: Noticias jamoneras?
	22/10/2016 19:58:22	Israel: Nada cerrados. Para matarte
	22/10/2016 20:16:53	Rucio: Pos si
22/10/2016 20:17:33	Rucio: Oye por una vez que el desastre soy yo no vamos a hacer un escándalo...	

D'abord, nous considérons que le « *Hola* » qui se trouve à 17:19:18 n'est pas une formule de salutation à proprement parler mais un moyen linguistique utilisé par María pour montrer qu'elle vient aux nouvelles (i.e., « *aquí estoy de nuevo* » [Me voici de nouveau]), ce qui fait de cette formule un prolongement du sujet principal de la conversation. Nous considérons que l'ensemble constitue une même conversation *ouatsap*.

Le numéro de téléphone du producteur de *jamón serrano* devient une source d'information privilégiée pour Israel, qui ne souhaite pas le partager avec María pour des raisons que nous ignorons. Israel se propose d'assurer un rôle de médiation entre eux, et ce malgré le niveau de confiance interpersonnelle existant entre María et lui. Les messages d'Israel sont catégoriques : « *No* » (Non) ; quatre secondes après, un nouveau tour de parole introduit par « *Lo siento* » (je suis désolé), et dix-huit secondes plus tard Israel introduit un troisième tour de parole à caractère directif « *Lo llamo yo. Que necesitas* » (C'est moi qui l'appelle. Tu as besoin de quoi?).

Nous avons interrogé María à ce sujet, et lui avons demandé des précisions sur la réaction d'Israël à ce moment précis. Elle n'accorde aucune importance à cet incident. Pourtant, nous considérons que les moyens linguistiques mobilisés par Israël dans ces tours de parole font preuve d'autorité et d'intransigeance, puisqu'il ne laisse pas la possibilité à une éventuelle concertation, ce que nous interprétons comme la manifestation d'un rapport dissymétrique à ce moment précis.

6.4.2 Principe de réciprocité

Nous allons analyser les manifestations linguistiques qui véhiculent des rapports de réciprocité constructifs et bénéfiques (i.e., gagnant-gagnant) dans les conversations *ouatsap* entre María et chacun de ses partenaires commerciaux espagnols.

6.4.2.1 Conversations *ouatsap* entre María et Jesús

Les conversations *ouatsap* entre María et Jesús mettent en évidence un rapport gagnant-gagnant dans le domaine de la gestion. Après un premier rapport commercial réussi, ils sont favorables à renouveler l'expérience, et ce de façon légale et bénéfique pour les deux parties dans une véritable optique de coopération.

La première transaction commerciale entre María et Jesús est réussie, ce qui favorise la mise en place d'un mécanisme de pérennisation commerciale. Comme nous l'avons expliqué *supra*, les difficultés organisationnelles avec les partenaires commerciaux espagnols sont fréquentes, mais il y a une volonté manifeste des deux côtés pour pérenniser leur rapport professionnel. Le vin de Jesús a beaucoup de succès auprès de ses clients (« *me lo quitan de las manos chico* » [on se l'arrache, mon pauvre], conversation n° 7J à 10:17:38), et Jesús fait en sorte que María puisse le vendre dans les meilleures conditions (« *pasame pedido para ver si hay de todo* » [passe-moi la commande pour voir si tout est disponible], conversation n° 7J à 10:39:37). Nous considérons que cette volonté mutuelle de vouloir pérenniser leur relation commerciale est une manifestation du principe de réciprocité.

6.4.2.2 Conversations *ouatsap* entre María et Pedro

Les conversations *ouatsap* entre María et Pedro mettent également en évidence un rapport gagnant-gagnant dans le domaine de la gestion. L'une des conversations est particulièrement révélatrice. En effet, Pedro propose à María la vente d'huile d'olive bio. Dans un premier temps elle ne souhaite pas le lui acheter en raison de l'engagement qu'elle a pris auprès d'Israël et qu'elle se doit d'honorer, mais un problème de livraison de la part d'Israël fait changer d'avis à María, qui demande à Pedro de lui apporter finalement quelques carafes d'huile d'olive, puisqu'il en lui a proposé initialement (conversation n° 16P à 17:07:18) :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Pedro		
N°	Date/heure	Message
14P	08/07/2016 22:20:33	Pedro: Hola maría, vas ha querer aceite ⁴⁴⁷
	08/07/2016 22:21:12	María: Si! Me olvidé. Un par de garrafas. Que israel me mete también
	08/07/2016 22:23:25	Pedro: Pues compraselo a samuel, sin problema!
	08/07/2016 22:23:57	Pedro: Y cuando suba yo te llevo 2 garrafas
16P	20/08/2016 17:07:18	María: Y en octubre me traes aceite
	20/08/2016 17:07:28	María: Que Israel no me mando
	20/08/2016 17:08:07	Pedro: Perfecto! un beso guapa y hasta pronto
17P	22/08/2016 11:08:00	Pedro: Hola María te he quitado 50 céntimos en cada botella
	22/08/2016 11:09:52	María: Y eso???
	22/08/2016 11:10:48	Pedro: Me he levantado bien!
	22/08/2016 11:12:02	María: Pues gracias!!! [E01] [E16]

Comme nous l'avons expliqué *supra*, Pedro est sensible au travail des petits producteurs locaux de produits bio de sa région. Ces producteurs locaux n'ont pas les moyens de s'ouvrir à l'international. María passe une commande d'huile d'olive à Pedro en provenance de ces producteurs locaux bio, ce qui aura pour conséquence un geste commercial de la part de Pedro (« *te he quitado 50 céntimos de cada botella* » [j'ai enlevé 50 centimes par bouteille]). Nous interprétons ce geste commercial comme une manifestation du principe de réciprocité.

6.4.2.3 Conversations *ouatsap* entre María et Israel

Les conversations *ouatsap* entre María et Israel mettent également en évidence un rapport gagnant-gagnant dans le domaine de la gestion (i.e., démarches

⁴⁴⁷ Nous avons mis en gras les éléments les plus pertinents en vue d'une lecture plus efficace.

administratives). Les témoignages sont nombreux, et parmi ces témoignages il y en a un que nous interprétons comme une volonté mutuelle de maintenir ce rapport gagnant-gagnant : le réseautage. Ils plaisantent à ce sujet et considèrent le réseautage comme une mafia ou un lobby (conversation n° 43 à 10:37:23 et 10:37:23). De plus, les démarches administratives auprès des douanes semblent compliquées aussi bien en Espagne qu'en France, mais le système informatique utilisé au niveau européen semble poser des problèmes aux Espagnols. Comme nous l'avons expliqué *supra*, et afin de trouver une solution bénéfique pour tous les deux, María se rend aux douanes pour avoir des informations précises à cet égard afin d'assurer le flux commercial entre eux, ce qui est révélateur d'une quête de bénéfices mutuels de sa part :

Conversations <i>ouatsap</i> entre María et Israel		
N°	Date/heure	Message
36L	23/08/2016 08:06:48	Rucio: Oye expícame lo que le tengo que pedir a las aduanas... Cuál es exactamente el problema? Por qué no me puedes hacer el emcs?
	23/08/2016 08:19:36	Israel: Porque en la base de datos de las aduanas españolas apareces como operador pero no tienes habilitada la recepción directa . Esto antes no daba problema porque el documento se hacía en papel,el anterior DA500 y el funcionario lo arreglaba. Ahora al ser electrónico no nos deja hacer el emcs
	23/08/2016 08:20:31	Rucio: Vale
	23/08/2016 08:20:46	Rucio: Los llamo y te cuento luego
	23/08/2016 08:20:58	Israel: Con otros chicos de Francia me ha pasado igual y al final hemos tenido que hacer una factura con iva y sacar el vino del régimen suspensivo.
	23/08/2016 08:21:15	Rucio: Igual es que soy una lerda y no he activado algo en internet
	23/08/2016 08:21:35	Rucio: Que me explicaron algo que no entendí
	23/08/2016 08:22:26	Israel: No lo sé. Es posible . Pero el programa español es una mierda
	23/08/2016 08:23:26	Rucio: Había que activar algo en Gamma y no entendí el qué y luego el tipo se largó de vacaciones y no lo hice. Los llamo y veo.
	23/08/2016 08:23:52	Israel: Ok, luego me cuentas.
	23/08/2016 08:55:11	Rucio: Me van a dar otro numero. Lo generan hoy. Mañana estará activo.
	23/08/2016 08:55:35	Rucio: Dice que solo les pasa con España... [E22]
	23/08/2016 09:45:14	Israel: Efectivamente. Spain is diferent

6.4.3 Principe de sincérité

Nous allons analyser les manifestations linguistiques de la sincérité dans les conversations *ouatsap* que María entretient avec chacun de ses partenaires commerciaux espagnols. Ces manifestations seront mises en lumière dans l'auto-

présentation faite par chaque interlocuteur ainsi que dans les manifestations linguistiques de la valeur morale de la confiance.

6.4.3.1 Auto-présentation : cohérence et congruence

Nous allons analyser les moyens linguistiques mobilisés par les interlocuteurs / interactants dans la présentation qu'ils font d'eux-mêmes. De plus, nous analyserons les manifestations du continuum existant entre la pensée et la parole (i.e., cohérence) et entre la parole et l'action (i.e., congruence).

6.4.3.1.1 Conversations ouatsap entre María et Jesús

A la lumière des conversations *ouatsap* que nous avons analysées, nous pouvons constater la congruence des deux interlocuteurs. En effet, María transmet toutes ses références fiscales afin que Jesús puisse faire la facture pour les vins qu'il lui a vendus. Elle souhaite payer les produits qu'elle a achetés dans le but de se montrer honnête, sérieuse et sincère, et ce afin de montrer des garanties externes vis-à-vis de son partenaire commercial. Comme nous l'avons signalé *supra*, María vient de créer son entreprise, qui n'est pas encore tout à fait opérationnelle ; la conversation n° 4J met en perspective la sincérité des intentions de María qui tient à bien faire son travail (« *yo lo que quiero es pagar* » ~ « *no me gusta tener deudas* » [moi, je tiens à payer ~ je n'aime pas avoir de dettes⁴⁴⁸], à 10:28:24 et 10:29:33).

Quant à Jesús, il se montre accueillant, attentionné et coopératif (e.g., gestion des factures, conversations n° 2J et 4J) parce qu'il est de son intérêt d'entretenir de bonnes relations avec sa partenaire commerciale, raison pour laquelle il a modifié son planning pour accueillir María. Jesús est rassuré par l'honnêteté de María (i.e., les réalisations de María correspondent à ses déclarations, elle a fait ce qu'elle a dit qu'elle allait faire). María a eu le vote de confiance de Jesús et, par conséquent, il se montre prêt à établir un rapport commercial fluide avec elle. De son côté, María profite de l'occasion pour tester les compétences professionnelles de Jesús en lui demandant un remède contre le mildiou (conversation n° 5J à 10:32:17).

⁴⁴⁸ Nous avons utilisé le signe « ~ » pour marquer le changement de tour de parole.

6.4.3.1.2 Conversations ouatsap entre María et Pedro

Les conversations *ouatsap* que nous avons analysées mettent en évidence la congruence de María et Pedro. Comme nous l'avons signalé *supra*, María se montre particulièrement proche de Pedro du fait d'être homosexuel. Par ailleurs, elle exprime sa satisfaction sur la qualité des vins de celui-ci, et fait preuve d'honnêteté et de sérieux dans ses échanges conversationnels professionnels avec lui. Enfin, María est passionnée par son métier, et fait preuve de professionnalisme malgré la fatigue induite par son investissement professionnel (« *pues zombi* » ~ « *Llenando cada noche* » ~ « *Y cocinando cada mañana* » [et bien zombi ~ complet tous les soirs ~ et à la cuisine chaque matin], conversation n° 16P à 16:47:38, 16:47:39 et 16:48:06).

Quant à Pedro, il se montre plus discret dans l'expression de ses émotions, ce que nous avons analysé *supra*. Il fait preuve de professionnalisme et se montre serviable (« *Quieres que te haga EMCS para solo 2 cajas?* » [Tu veux que je fasse l'EMCS rien que pour deux caisses carton ?], conversation n° 23P à 11:27:29), sincère (« *Pues me alegro un montón que te vaya bien* » [Je suis vraiment content que ça se passe bien pour toi], conversation n° 16P à 16:50:50) et reconnaissant (« *Gracias por creer en mis vinos* » [Merci de croire en mes vins] conversation n° 20P à 19:03:50).

6.4.3.1.3 Conversations ouatsap entre María et Israel

Les conversations *ouatsap* que nous avons analysées mettent en évidence la congruence de María et Israel. María fait preuve de sincérité et de compétence professionnelle (e.g., « *El jamón muy rico. Lo probé con el sumiller del Maréchal Leclerc* » ~ « *El queso es estupendo. Un exitazo. Pero necesito saber los precios porque no sé si lo estoy vendiendo bien* » ~ « *El queso al vino necesita un maridaje con vino blanco* » ~ « *Sino queda tapado por el tinto* » [le *jamón* (*serrano*) très bon. Je l'ai goûté avec le sommelier du Maréchal Leclerc ~ Le fromage est formidable. Tout un succès. Mais j'ai besoin des prix parce que je ne sais pas si je le vends au prix qu'il faut ~ Il faut associer le fromage à un vin blanc ~ Sinon il reste masqué par le vin rouge⁴⁴⁹], conversation n° 34L à 15:25:54, 15:27:27, 15:27:51 et 15:28:03) ;

⁴⁴⁹ Les tanins du vin rouge réagissent à la caséine du fromage et s'endurcissent dans la bouche.

elle fait preuve d'organisation (e.g., « *Si queréis que yo organice algo necesito la información* » [Si vous voulez que j'organise quelque chose j'ai besoin d'informations], conversation n° 47L à 13:04:22) et de professionnalisme (e.g., « *Que una tiene oficio* » [J'ai de la bouteille] conversation n° 34L à 15:46:40) ; elle se montre persévérante (e.g., « *No me he olvidado* » ~ « *Es que no me da la vida* » ~ « *Lo hago* » [Je ne l'ai pas oublié ~ je n'ai plus le temps de rien ~ Je le fais], conversation n° 53L à 17:46:44, 17:46:50 et 17:46:59) ; elle se montre aussi coopérative (e.g., gestion des EMCS, conversation n° 65L) et proche d'Israel (plaisanterie sur la paternité de Lalo, conversation n° 63L), ce que nous avons analysé *supra*.

Quant à Israel, il est directif (e.g., conversation n° 49L à 13:02:32), coopératif et compréhensif (María s'excuse d'avoir réglé la facture hors délai, conversation n° 56L à 13:52:26) ; il se montre également amical vis-a-vis de María. Par ailleurs, les conversations analysées montrent qu'Israel est passionné par son métier (il produit 300000 Kg de raisin, conversation n° 43L), et tient énormément à son entreprise (« *Aquí hay que hacer de todo para vender vino* » [Ici il faut tout faire pour vendre du vin] conversation n° 43L à 10:47:34), et ce malgré le fait de ne pas être très attentif à certaines démarches administratives, comme nous l'avons signalé *supra* (e.g., conversation n° 56L à 13:52:26). Israel confie la gestion administrative de son entreprise à des tierces personnes (conversation n° 57L à 17:45:44), et ce pour se consacrer à sa véritable passion, le vin naturel, ce que nous avons analysé *supra*.

6.4.3.2 Valeur morale de la confiance

Nous allons analyser les manifestations linguistiques de la valeur morale de la confiance dans les conversations *ouatsap* entre María et chacun de ses partenaires commerciaux.

6.4.3.2.1 Conversations ouatsap entre María et Jesús

Nous constatons que les conversations menées entre María et Jesús permettent de mettre en lumière la valeur morale de la confiance. En effet, María est

rentrée en France avec les bouteilles de vin que Jesús lui a vendues ; María ne lui a pas payé le montant de la facture. C'est ainsi que Jesús a créé une obligation chez María, et ce malgré le risque qu'il encourt : María peut décider de ne pas s'acquitter de la dette qu'elle a contractée, ou bien la douane volante peut arrêter la voiture de María et réquisitionner toutes les bouteilles de vin de Jesús, ce qui justifie l'inquiétude de celui-ci parce que si le cas se présentait, il n'aurait pas les moyens de justifier que María doit lui payer ces bouteilles. Face à cette confiance de la part de Jesús, María se voit dans l'obligation morale de s'acquitter de la facture pour ainsi régler cette dette « morale » qu'elle a contractée et qui va mettre à l'épreuve son honnêteté (« *Pues tu verás. Yo lo que quiero es pagar* » ~ « *No me gusta tener deudas* » [C'est à toi de voir. Moi je tiens à payer ~ Je n'aime pas avoir des dettes], conversation n° 5J à 10:28:24 et 10:29:33⁴⁵⁰).

Quant à Jesús, cette confiance devient pour lui un moyen pour mettre à l'épreuve l'honnêteté de María : il s'agit d'un vote de confiance vis-à-vis de celle-ci fondé sur une garantie interne. Toutefois, et à la lumière des messages rassurants reçus de la part de María, il se montre coopératif par la suite puisqu'il est de son intérêt d'établir un lien commercial régulier avec elle, ce que nous avons analysé *supra*.

6.4.3.2.2 Conversations ouatsap entre María et Pedro

Nous constatons que les conversations menées entre María et Pedro mettent en évidence aussi la valeur morale de la confiance. Pedro envoie les vins que María lui a achetés sans la facture correspondante pour qu'elle puisse lui payer le montant, ce qui est révélateur de la confiance que Pedro lui accorde ; il sait que María va le payer parce que la confiance crée des obligations. De ce fait, María se voit dans l'obligation morale de s'acquitter de la facture, ce qui a pour conséquence qu'elle la lui réclame à plusieurs reprises, comme nous l'avons analysé *supra*.

⁴⁵⁰ Nous avons utilisé le signe « ~ » pour marquer le changement de tour de parole.

6.4.3.2.3 Conversations ouatsap entre María et Israel

Une conversation est particulièrement significative quant à la valeur morale de la confiance. Israel veut savoir l'avis personnel de María au sujet des produits locaux bio qu'elle lui a achetés. Il souhaite savoir quelles seraient les associations qui conviennent aux vins. Israel lui prie d'être sincère, et Maria comprend à ce moment que son avis est important pour lui. Elle a l'obligation morale de lui dire la vérité, ce qu'elle fait. Elle lui donne un avis professionnel argumenté, ce qui permet à Israel de prendre conscience de son niveau de compétence professionnelle. Par ailleurs, Maria souhaite être à jour de ses paiements. C'est pour cette raison qu'elle demande à ses prestataires espagnols de lui envoyer les documents administratifs nécessaires pour s'acquitter de ses dettes. De plus, Maria prend l'initiative de faire des démarches administratives auprès des douanes pour trouver une solution aux problèmes de livraison rencontrés par ses partenaires espagnols. En outre, les conversations *ouatsap* que nous avons analysées mettent en évidence la confiance qu'Israel accorde à María ; il lui demande un service qui va le dépanner dans une démarche administrative auprès d'une de ses clientes françaises (« *Podrías hacerme un favor. Podría hacerte el EMCS con el pedido de Rosa de Angers y luego cancelarlo?* » [Est-ce tu pourrais me rendre un service ? Est-ce que je pourrais te faire l'EMCS avec la commande de Rosa d'Angers et après l'annuler ?] conversation n° 48L à 12:47:47). En effet, Rosa possède un bar à vins mais elle ne possède pas de numéro d'importateur, ce qui motive la demande d'Israel auprès de María.

6.5 Conclusions sur l'approche analytique

L'approche analytique des conversations *ouatsap* que nous avons analysées nous apporte des résultats saillants. En effet, nous constatons que :

- l'alternance contextuelle multiple intervient entre interlocuteurs qui se connaissent depuis longtemps. Nous interprétons la fréquence de l'alternance de contextes simple et multiple comme étant directement liée au niveau de confiance interpersonnelle existant entre les différents interlocuteurs / interactants. Par ailleurs, la pérennisation du flux commercial justifie également le nombre de conversations qui s'inscrivent dans un contexte exclusivement professionnel. Pour le cas concret

de Jesús, il s'agit de la première transaction commerciale qui intervient entre lui et María, ce qui justifie l'importance du contexte exclusivement professionnel dans ses conversations *ouatsap*. Quant au contexte exclusivement personnel, le nombre de conversations *ouatsap* et la charge affective des énoncés laissent présager que María est plus proche émotionnellement de Pedro que d'Israel ;

- L'utilisation de formules stéréotypées et de l'humour dans les échanges conversationnels est révélatrice du niveau de confiance interpersonnelle entre María et ses trois partenaires commerciaux. Tous les interlocuteurs ont recours aux formules stéréotypées dans des contextes où l'humour est également présent ; leur utilisation augmente en fonction du niveau de connaissance entre partenaires commerciaux, notamment les formules stéréotypées psychosociales. Par ailleurs, nous constatons que la présence de formules stéréotypées dans des contextes où l'humour est absent augmente en fonction du nombre de transactions commerciales réussies (i.e., en fonction de la pérennisation du flux commercial entre les interlocuteurs / interactants), ce qui justifie l'absence de type de formules dans les conversations *ouatsap* entre María et Jesús. Enfin, nous constatons que l'humour ne fait pas l'objet exclusif d'aucune conversation *ouatsap*, ce que nous interprétons comme une caractéristique des pratiques discursives en situation professionnelle.

Quant aux *emojis*, María les utilise constamment dans ses échanges conversationnels. Pedro ne s'en sert pas et privilégie les onomatopées ou les interjections à leur place, ce que nous interprétons comme une marque de distance sociale de sa part vis-à-vis de María, liée au contexte professionnel. En outre, nous constatons également l'utilisation que María fait des intensificateurs lors de ses échanges conversationnels avec Pedro, ce que nous interprétons comme un moyen linguistique qu'elle met en œuvre pour établir des liens empathiques avec son partenaire commercial pour gagner sa sympathie et sa confiance. De son côté, Israel fait une utilisation ponctuelle des *emojis* dans ses échanges conversationnels avec María, et va se servir presque exclusivement de l'*emoji* [E24], ce que nous interprétons comme signe identitaire de sa part (i.e., son accent à l'écrit). Par contre, il va privilégier l'utilisation d'onomatopées et d'interjections, ce que nous interprétons de sa part comme une marque volitive de distance sociale envers María, liée au contexte professionnel (i.e., en éludant les *emojis*, Israel évite l'expression des

émotions faciales dans les conversations *ouatsap*). En outre, l'humour intervient comme mécanisme transculturel de transgression des tabous, mais seulement avec le sexe, comme nous l'avons constaté dans les conversations *ouatsap* entre María et Israel, où les double sens et les plaisanteries à caractère sexuel y apparaissent, ce qui est révélateur du niveau d'empathie entre María et Israel et, par conséquent, de leur niveau de confiance interpersonnelle. En revanche, l'humour à contenu politique ou religieux est totalement absent. Enfin, nous constatons que Jesús n'utilise jamais des *emojis* faisant référence aux expressions faciales lors de ses échanges conversationnels avec María, ce qui laisse présager une marque volitive de distance sociale envers elle liée au contexte professionnel, voire une sorte de pudeur numérique. Il utilise très fréquemment l'*emoji* [E29], ce que nous interprétons comme une marque de galanterie envers sa partenaire commerciale ;

- les communications professionnelles entre María et ses trois partenaires commerciaux présentent un niveau de langue courant, caractérisé par l'oralité, la spontanéité et l'expressivité, ce qui va privilégier la fonction communicative de la langue et va donner beaucoup plus de place à l'expression de la subjectivité et des émotions des interlocuteurs. Les formules de salutation sont simples, libres et versatiles, textuelles et/ou iconographiques (i.e., *emojis*), intégrant un ou plusieurs sous-actes, ce qui est inhérent au niveau de langue courant. Nous constatons que ces formules sont moins fréquentes dans les échanges conversationnels entre María et Israel, ce que nous interprétons comme étant directement lié au niveau de confiance interpersonnel entre eux. Les phrases courtes et les ellipses caractérisent toutes les conversations. Nous constatons néanmoins l'utilisation de phrases longues dès qu'il s'agit d'apporter des précisions sur des sujets concernant le domaine professionnel, ce que nous interprétons comme une volonté de précision de la part de l'émetteur. De plus, nous interprétons l'utilisation des néologismes et des mots d'origine étrangère présents dans les conversations comme une manifestation tangible du principe d'économie du langage en raison de leur caractère presque conventionnel. Par ailleurs, et à l'exception d'Israel, nous avons constaté une utilisation très récurrente des formes nominales d'adresse, des vocatifs, des diminutifs, des augmentatifs, des superlatifs et des hyperboles dans un but affectif, ce que nous interprétons comme une volonté de rapprochement émotionnel entre partenaires commerciaux, une volonté manifeste de créer un espace d'entente

empathique avec son interlocuteur, ce qui est inhérent au registre de langue courant. Par ailleurs, nous considérons que l'utilisation réduite des formes nominales d'adresse dans une relation professionnelle de longue date trouve sa justification sur le fait que ce type de relation, dans laquelle il existe déjà une confiance interpersonnelle stable et solide entre les interlocuteurs, ne demande pas leur renfort en vue de les rapprocher émotionnellement, comme c'est le cas pour Israel et María. Par conséquent, le niveau de langue courant caractéristique des conversations *ouatsap* favorise la création de rapports empathiques, ce qui est à l'origine de la création de confiance interpersonnelle ;

- l'utilisation des *emojis* ainsi que des formes nominales d'adresse vont faciliter l'atténuation des limites de la frontière entre le contexte professionnel et le contexte personnel. Dans le cas de María et Jesús, c'est l'utilisation des *emojis* qui va permettre d'atténuer cette frontière dans la mesure où ils viennent de faire connaissance. Quant à María et Pedro, il nous semble important de signaler que María sait que Pedro est homosexuel. Étant une personne habituée à fréquenter le milieu homosexuel masculin et féminin, María a recours aux formes nominales d'adresse et aux *emojis* dans ses échanges conversationnels avec Pedro avec une double finalité, expressive et connative, ce que nous interprétons comme une volonté de sa part de se montrer inoffensive vis-à-vis de son partenaire commercial, et ce en vue de déblayer le terrain pour la création de leur rapport de confiance, et ce malgré le fait qu'ils se connaissent depuis longtemps parce María a rencontré Israel par son intermédiaire, et Jesús par l'intermédiaire d'Israel (ce qui par ailleurs confirme que le temps n'est pas un paramètre déterminant pour les rapports de confiance interpersonnelle). Enfin, quant à María et Israel, ils entretiennent une relation professionnelle depuis longtemps ; les limites entre les contextes professionnel et personnel est confus dans leurs échanges conversationnels, ce que nous interprétons comme conséquence d'une confiance interpersonnelle solide et stable ;

- la familiarité au sens commun du terme est construite à partir d'expériences personnelles communes vécues entre María et Pedro ainsi qu'entre María et Israel. Malgré l'absence de familiarité entre María et Jesús, nous considérons que leur rencontre en Espagne deviendra par la suite un élément qui fera partie de leur familiarité. Enfin, nous constatons que les manifestations de la familiarité

professionnelle augmentent en fonction du niveau de connaissance personnelle et de la pérennisation des rapports commerciaux entre partenaires ;

- les références à la familiarité interculturelle sont nombreuses dans les conversations *ouatsap* entre María et chacun de ses partenaires commerciaux. Les manifestations de la familiarité interculturelle dans les échanges conversationnels entre María et Jesús sont pour l'heure réduites puisqu'ils ne se connaissent à peine. Nous constatons que leurs sphères de références socioculturelles et professionnelles sont en convergence, mais en revanche leur culture organisationnelle diverge (i.e., la gestion des paiements et les démarches administratives). Nous considérons que cette divergence est justifiée par le manque d'expérience professionnelle à l'international de Jesús ;

Quant aux manifestations de la familiarité interculturelle dans les conversations *ouatsap* entre María et Pedro, elles sont en convergence dans leur sphère de références socioculturelle, qui relèvent principalement de la culture de genre. Nous considérons que leur confiance interculturelle est en cours de création, et que la culture de genre va devenir une garantie interne susceptible de compenser les éventuelles divergences interculturelles à l'avenir, puisque les conversations *ouatsap* que nous avons analysées montrent également une familiarité interculturelle dans la sphère professionnelle, ce qui est révélateur de l'expérience professionnelle de Pedro à l'international.

Enfin, nous constatons que les manifestations de la familiarité interculturelle entre María et Israel sont très riches, aussi bien dans la sphère socioculturelle que dans la sphère professionnelle. En ce qui concerne la sphère socioculturelle, nous constatons une possible divergence dans le domaine des croyances religieuses. Par rapport à la sphère professionnelle, nous constatons une seule divergence relative à la culture professionnelle portant sur les caractéristiques du vin naturel, mais les convergences définissent leur cadre de références commun. Par contre, en ce qui concerne leur culture organisationnelle, les divergences sont plus fréquentes (i.e., gestion des paiements, gestion des commandes, démarches administratives, et accueil d'un stagiaire), ce que nous interprétons comme une manifestation des

façons de travailler différentes entre María et Israel dans un rapport commercial à l'international fluide et stable, fruit d'une confiance interculturelle stable et solide ;

- l'intimité partagée est également mise en lumière dans les conversations *ouatsap*. Elle est cumulative et directement proportionnelle au flux commercial entre María et ses partenaires commerciaux espagnols. Par ailleurs, l'intimité partagée va favoriser, solidifier et stabiliser la création du rapport de confiance interpersonnelle et interculturelle entre eux. Nous constatons l'importance accordée au vécu personnel présentiel dans ce cadre professionnel, ce qui va justifier les manifestations de l'intimité partagée ;

- la construction de la relation de confiance est mise en exergue dans les conversations *ouatsap*. Dans un premier temps, grâce au principe de symétrie ; celui-ci permet de constater l'utilisation constante et fluide du tutoiement et des formes nominales d'adresse faites par les interlocuteurs. Lors des échanges conversationnels nous constatons une démarche gagnant-gagnant, ce que nous interprétons comme une manifestation du principe de réciprocité. De plus, cette démarche est également une manifestation du rapport symétrique existant entre María et ses partenaires commerciaux, ce qui amène, par la suite, à la stabilité et à la solidité du rapport de confiance interpersonnelle. Par ailleurs, la mise en relation des interlocuteurs avec des tierces personnes du secteur viticole du vin naturel met en évidence un rapport de symétrie, ce qui est révélateur du niveau de confiance interpersonnelle et interculturelle. Pourtant, nous constatons un rapport dissymétrique ponctuel entre María et Israel qui souligne l'existence de limites de tout rapport commercial. Ce rapport dissymétrique renforce l'idée que leurs échanges conversationnels *ouatsap* interviennent dans un contexte professionnel.

Les conversations *ouatsap* montrent que María et ses partenaires commerciaux font preuve d'honnêteté, de sérieux, de véracité, d'organisation, de professionnalisme, de compétence et de coopération, ce qui relève du principe de sincérité. Enfin, les conversations *ouatsap* mettent en exergue la valeur morale de la confiance, ce que nous pouvons clairement constater pour Maria, qui se voit dans l'obligation morale de s'acquitter de ses dettes auprès de ses partenaires commerciaux espagnols : en oubliant de lui envoyer les factures pour les

marchandises que María leur a achetées, les partenaires commerciaux espagnols lui accordent de toute évidence leur confiance.

CONCLUSION

Notre travail de recherche se donne pour objectif de trouver une réponse aux avantages que l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* présente dans un contexte professionnel international. Plus précisément notre étude cherche à savoir en quoi l'application *WhatsApp* devient un véritable accélérateur de l'échange interculturel dans le cadre d'une utilisation professionnelle entre partenaires commerciaux de deux pays différents : l'Espagne et la France.

L'application *WhatsApp* est très répandue en Espagne. Il s'agit d'une des applications pour téléphone intelligent les plus téléchargées par les Espagnols, et connaît un succès fulgurant depuis quelques années. Cette généralisation s'est traduite par l'émergence d'un nouveau dispositif de communication, le genre discursif conversation *ouatsap*. Pourtant, cette application connaît un degré de pénétration en France considérablement moins important qu'en Espagne, et ce malgré les nombreux avantages qu'elle présente pour les utilisateurs.

Plusieurs sont les témoignages qui actuellement montrent que l'utilisation de l'application *WhatsApp* dans un contexte professionnel est en nette progression, surtout à l'international. L'utilisation de cette application dans un contexte de négociation internationale nous questionne, notamment entre la France et l'Espagne : en quoi l'application *WhatsApp* est un catalyseur de la confiance interculturelle dans une négociation franco-espagnole ?

Nous avons eu accès à un ensemble d'échanges conversationnels professionnels qui ont eu lieu sur cette application de messagerie, et qui ont fait l'objet d'une étude de cas. Il s'agit des conversations qui ont eu lieu entre une caviste sommelière en France et trois de ses partenaires commerciaux espagnols qui travaillent dans le domaine du vin naturel. Ces conversations font l'objet des négociations à l'international. L'application devient de toute évidence un véritable catalyseur de l'échange interculturel, mais nous souhaitons savoir quel est le rôle que cette application joue dans la création des rapports de confiance entre interlocuteurs d'univers culturel différent.

Pour répondre à notre problématique, nous avons structuré notre travail de recherche doctorale en trois parties.

La première partie apporte les éléments théoriques nécessaires permettant de contextualiser notre étude de cas. Le premier chapitre introduit les concepts de culture et d'interculturel ainsi que les compétences culturelle et interculturelle, ce qui nous a permis d'introduire, par la suite, le concept de compétence interculturelle, telle qu'elle est définie par Vittar (2011). Le deuxième chapitre présente la notion de négociation, les principales caractéristiques de la négociation internationale en prenant appui sur la négociation franco-espagnole ainsi que les caractéristiques du secteur professionnel du vin naturel. C'est dans le troisième chapitre que nous faisons une révision des concepts de TIC et des réseaux sociaux virtuels, ce qui nous amène à l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* et au genre discursif que nous avons appelé conversation *ouatsap* en prenant appui sur les travaux de Calsamiglia et Tusón (1999), Yus (2001), López Alonso (2003, 2014), Vígara (2007), Farías (2008), López Quero (2010, 2013, 2017), Holgado et Recio (2016), Abdelghaffar (2014), Briz (2014), Pérez et Zulaika (2014), Zagoricnik (2014), Alcántara (2014, 2017), Perlado et Rubio (2015), Vázquez-Cano et ali., (2015), Garzón (2016), Cremades et ali., (2016), Martín Gascueña (2016), Vaqueiro (2016) et Bucio (2017).

Notre deuxième partie fait état de la construction de notre corpus de travail. En effet, dans un quatrième chapitre nous avons présenté notre étude de cas. Nous avons introduit, par la suite, les critères que nous avons suivis pour obtenir nos données. Ensuite, nous avons présenté les données que nous avons obtenues et, enfin, nous avons présenté le traitement de celles-ci.

La troisième partie de notre travail présente l'analyse des données que nous avons obtenues en proposant deux types d'étude. Le cinquième chapitre propose une étude globale des conversations *ouatsap* et le sixième chapitre propose une étude analytique de celles-ci.

Ainsi, nous allons revenir sur les deux hypothèses sur lesquelles notre questionnement s'est fondé à partir des analyses que nous avons effectuées.

Vérification de nos hypothèses

- ❖ Notre première hypothèse : « l'infomédiation et l'interopérabilité de l'application *WhatsApp* favorisent la création des rapports de confiance ».

En effet, l'étude globale nous a révélé que l'application de messagerie instantanée *Whatsapp* facilite le réseautage professionnel entre María et ses partenaires commerciaux espagnols. Le domaine du vin naturel étant très spécialisé et marginal, la mise en réseau des acteurs impliqués devient un facteur de survie, notamment pour les petits producteurs locaux dont la mobilité géographique est réduite. De plus, l'étude montre que cette application est utilisée par María et ses partenaires commerciaux dans un but exclusivement professionnel pour passer des commandes, pour la gestion de certaines démarches administratives communes ainsi que pour obtenir un conseil professionnel auprès d'eux, ce qui illustre le rôle moteur de l'infomédiation de l'application *WhatsApp* dans ce contexte professionnel. Par ailleurs, l'étude globale nous a également révélé que l'interopérabilité fonctionnelle et l'interopérabilité sémantique de cette application sont présentes dans le contexte professionnel de María et ses trois partenaires commerciaux espagnols. Elles facilitent leur travail et assurent le bon fonctionnement de leurs démarches professionnelles, ce qui non seulement favorise de toute évidence la création des rapports de confiance mais, qui plus est, la renforce.

L'étude nous souligne également l'importance de la communication multimodale dans ce contexte professionnel. Les partenaires commerciaux espagnols de María sont des vigneronns spécialisés dans le vin naturel. Ce travail leur impose des contraintes en termes de disponibilité présentielle car ils passent pratiquement toute leur journée dans les champs. De son côté, María doit concilier toute seule son rôle de caviste sommelière avec la préparation des repas et la gestion administrative de sa boutique. L'application *WhatsApp* véhicule une présence en ligne qui se révèle être très bénéfique de tout point de vue ; ils peuvent suivre de près leurs affaires commerciales sans avoir à attendre le soir pour travailler devant l'ordinateur. Le téléphone intelligent a provoqué un changement des habitudes important de ce point de vue, et l'application *WhatsApp* a ouvert d'autres

possibilités d'action puisque désormais il est tout à fait possible d'envoyer, entre autres, des documents administratifs grâce à celle-ci. Néanmoins, la technique et la technologie ne pourront pas contourner la nécessité de la rencontre présenteielle entre interlocuteurs / interactants dans la création d'un rapport commercial stable ; la mise en réseau de professionnels du secteur viticole est un paramètre fondamentale de développement, et leur rencontre présenteielle en face à face semble inexorable, ce qui justifie par ailleurs l'importance accordée aux foires professionnelles ; la confiance interpersonnelle et interculturelle en dépendent fortement.

- ❖ Notre deuxième hypothèse : « les conversations qui ont lieu avec l'application *WhatsApp* dans le cadre d'une négociation internationale avec des partenaires espagnols et français favorisent la construction de la confiance interculturelle ».

En effet, l'étude analytique nous a révélé qu'il n'y a aucune conversation *ouatsap* multiple, c'est-à-dire entre plus de deux interlocuteurs. Toutes les conversations se déroulent en binôme, ce que nous interprétons comme une manifestation de la nature confidentielle des négociations, qui sont réfractaires à la présence de tierces personnes.

Les conversations *ouatsap* sont caractérisées par l'alternance de contextes, personnel et professionnel, mais nous constatons que la pérennisation du flux commercial entre María et ses partenaires commerciaux espagnols va devenir un paramètre qui va déterminer la nature des conversations, puisque cette pérennisation va orienter les conversations *ouatsap* vers un contexte majoritairement professionnel. Ils se servent de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* pour travailler, mais le travail est aussi un moyen de socialiser, ce qui justifie la présence de conversations à caractère personnel et l'alternance de contextes dans une conversation.

L'atténuation des contextes professionnel et personnel est également l'une des caractéristiques des conversations *ouatsap* que nous avons analysées. Le recours aux formules stéréotypées (e.g., *Taluego / Oye / Feliz Navidad, loco / A*

buenas horas) et les manifestations de l'humour (e.g., *Es que sois todos unas joyas de la corona*) interviennent dans les contextes professionnels comme un mécanisme de réduction de la complexité sociale et des tensions propres à la négociation, ce qui va avoir pour conséquence la création de rapports interpersonnels plus empathiques. L'application de messagerie *WhatsApp* étant essentiellement utilisée dans un contexte personnel entre personnes qui se connaissent déjà, nous constatons qu'elle a favorisé naturellement la présence des formules stéréotypées dans les échanges conversationnels entre María et ses trois partenaires commerciaux espagnols. Enfin, nous constatons que les manifestations de l'humour font globalement référence aux aspects socioculturels (e.g., *Pasamos por el bosque como los etarras*), à la sphère professionnelle (e.g., *son de los que dios le da mocos a quien no se los sabe sonar*) et à l'autodérision (e.g., *lo metí todo a saco y como que no puede ser*); en fonction du niveau de confiance existant entre les partenaires, l'humour à caractère sexuel est présent (e.g., *Todo dios en pelotas en la viña y en la bodega*), ce qui rend compte de la nature relationnelle de ce type d'humour (i.e., niveau structurel), mais en aucun cas la transgression des tabous de la religion ou de la politique n'est présente dans les conversations *ouatsap*, car il s'agit de sujets profondément sensibles qui renvoient aux valeurs et aux croyances individuelles (i.e., niveau mythique) qui mettrait en péril la stabilité du rapport commercial. En effet, la quarantaine d'années de régime dictatorial franquiste, caractérisé par une idéologie nationale-catholique d'extrême droite ainsi que les imperfections de la transition démocratique et les tensions identitaires régionales de l'Espagne de nos jours suscitent de vives réactions chez les Espagnols ; par ailleurs, le football ou la tauromachie sont également des sujets très sensibles qu'il faut éviter dans un contexte professionnel. Nous signalerons également la communion qui existe entre le vin et le sexe dans l'histoire de l'humanité (e.g., ancienne Rome et dans la Grèce classique) ainsi que le rapport sémantique existant entre le mot vin et le mot d'origine sanscrite *vana* (*vanáti*, amour), base lexicale de laquelle pourraient provenir les mots « Vénus » ou « vénère », influencés par la croyance dans les pouvoirs aphrodisiaques du vin.

L'application de messagerie instantanée *WhatsApp* est utilisée entre personnes qui se connaissent déjà, ce qui détermine une empreinte relationnelle *ad hoc*. Son utilisation dans un contexte professionnel est également déterminée par

cette empreinte relationnelle inhérente au contexte personnel. Les conversations *ouatsap* sont ainsi caractérisées par un niveau de langue courant où l'oralité est prédominante, ce qui est révélateur du rapport interpersonnel existant entre les interlocuteurs. Les conversations *ouatsap* présentent un caractère dialogal qui met en évidence le caractère bidirectionnel de la communication. Ces conversations sont spontanées, ce qui justifie la présence d'ellipses, d'imprécisions et de néologismes. Nous observons également la présence d'énoncés suspendus et la tendance à l'économie du langage. Enfin, nous remarquons la présence d'interférences linguistiques avec la langue française et l'alternance codique ce qui rend compte de la versatilité de ce registre. La souplesse inhérente à la langue courante favorise la présence d'autres registres (soutenu, familier et vulgaire) et la variation linguistique. Pourtant, dès qu'il s'agit d'apporter des précisions importantes au niveau professionnel, l'oralité est moins marquée. Plusieurs systèmes sémiotiques vont intervenir lors de la construction des énoncés, notamment les *emojis*, ayant une valeur conceptuelle qui favorise la projection de sentiments et d'émotions lors des interactions, ce qui semble paradoxale dans un contexte professionnel où les sentiments et les émotions devraient être mis à l'écart. Les formes nominales d'adresse (e.g., *nene / guapo / guapísima / tesoro / Mi niño / loco / cielito / cielote / Israellillo*) sont une manifestation de l'entente empathique entre les interlocuteurs et vont jouer, par ailleurs, un rôle prépondérant dans la création des rapports de confiance interpersonnelle.

L'interculturalité apparaît dessinée sous un nouveau paradigme étendu fortement significatif, comme Vittar (2011) l'a préconisé. Dans un contexte professionnel, il est indispensable que chaque interlocuteur prenne conscience des différentes sphères culturelles qui interviennent dans le processus de la négociation. Lors des interactions, cette prise de conscience individuelle devrait conduire à une démarche compétentielle de la part des interactants, ce qui va sans doute se traduire par une performance réussie des acteurs impliqués, une garantie interne qui va favoriser de toute évidence la création de confiance interculturelle.

Les rapports de confiance dépendent du temps pour être stables et solides, mais chaque rapport de confiance requiert un temps différent. Notre étude de cas nous a permis de constater que María et Pedro se connaissent depuis longtemps

mais les manifestations de la confiance interpersonnelle dans leurs conversations *ouatsap* diffèrent par rapport à celles qui ont lieu entre María et Israel, ce qui est tout à fait compréhensible dans la mesure où la personnalité de chaque individu est un paramètre déterminant. L'entente et l'empathie vont favoriser la création d'un vécu personnel partagé et privilégié où l'intimité sera mise en valeur comme preuve tangible de ce vécu.

Les conversations *ouatsap* mettent également en perspective les rapports symétriques, réciproques et sincères entre María et ses partenaires commerciaux espagnols ainsi que la valeur morale de la confiance au travers des interactions de ceux-ci. Par conséquent, les conversations *ouatsap* dans ce contexte professionnel favorisent aussi bien la confiance interpersonnelle que la confiance interculturelle.

Toutes ces raisons nous permettent d'affirmer que l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* dans le cadre professionnel de la négociation du vin naturel entre la responsable d'une TPE française dédiée à la vente de ce type de produit et ses partenaires commerciaux espagnols, représente un véritable accélérateur de l'échange interculturel ainsi qu'un catalyseur de la confiance interpersonnelle et interculturelle entre ces derniers.

❖ Apport de la recherche

Nous avons eu l'occasion de discuter avec María au sujet de la création des rapports de confiance interpersonnelle et interculturelle dans un contexte professionnel. Elle nous a confié son expérience à cet égard. En effet, elle affirme que le vote de confiance des Espagnols est immédiat, comme nous l'avons constaté dans les conversations *ouatsap* qu'elle entretient avec Jesús. Par contre, le vote de confiance des Français serait l'aboutissement d'un fait réussi répétitif à long terme. María était rentrée en France avec les bouteilles de vin que Jesús lui a vendues sans les avoir payées ; une fois qu'elle s'est acquittée de la dette, la question de la confiance vis-à-vis des paiements des factures ne s'est jamais posée entre eux car Jesús sait que María va les payer. Quand María lui fait une commande de vin, il envoie la marchandise en France, et entre 30 et 45 jours environ après la

réception de la marchandise, María lui paye la facture (qu'elle doit souvent demander par ailleurs pour cause d'oubli de la part du fournisseur). En revanche, ses partenaires commerciaux français ne lui livrent jamais les produits qu'elle leur a commandés si elle n'a pas payé la facture pro-forme au préalable, et ce malgré le fait de travailler avec eux depuis longue date. María nous confie que les fournisseurs espagnols sont beaucoup plus permissifs quant au paiement des factures, ce qui va provoquer que certains partenaires commerciaux français abusent de la confiance des fournisseurs espagnols. Les façons de faire en France sont très procédurières, tout est légalement et socialement établi, tout est écrit noir sur blanc : la scripturalité des rapports commerciaux est une évidence, et lorsqu'il n'y a pas de cadre écrit précis, comme c'est souvent le cas pour l'Espagne, le partenaire français l'interprète autrement. Or, tout n'est pas permis. Nous voyons ici d'une différence significative du point de vue de l'interculturalité entre la France et l'Espagne qui est par ailleurs très étroitement liée à la confiance interpersonnelle et interculturelle : la valeur donnée à la parole en Espagne comporte la même obligation morale que la valeur donnée à l'écrit en France. Les conversations *ouatsap* que nous avons analysées mettent en évidence cette dichotomie à laquelle est confrontée María car elle a toujours besoin des factures mais respecte les façons de faire de ses partenaires espagnols : elle a acquis des façons de faire françaises et réfléchit avec des façons de penser espagnoles, comme elle-même nous l'a confié.

Nous avons évoqué dans notre travail de recherche que la société espagnole reste une société très attachée à la région d'origine, aux relations et aux comportements sociaux fermés et peu mobiles, ce qui va avoir une influence manifeste sur les négociations. María nous confirme que les attitudes provinciales (*pueblerinas*) des Espagnols représentent un véritable frein à l'internationalisation des entreprises espagnoles, et ces attitudes vont se manifester dans le cas concret du secteur viticole du vin naturel. Par exemple, certains producteurs espagnols ont proposé à María de lui envoyer les bouteilles de vin jusqu'à la frontière et que ce soit elle qui fasse le déplacement jusqu'à la frontière pour les récupérer puisqu'ils ne savent pas comment s'y prendre ou bien ils n'ont jamais vendu ses produits à l'étranger et ne savaient pas comment s'y prendre. Cet exemple que María nous a confié confirme que certaines entreprises espagnoles manquent d'un véritable

modèle d'entreprise et de réflexion au niveau européen, ce que notre étude de cas nous a permis de constater.

Quant aux vins naturels, María nous a également confié que les vigneron espagnols manquent encore de précision. Les vins naturels espagnols présentent de temps en temps quelques petits défauts dont l'acidité volatile. Les vigneron espagnols qui produisent le vin naturel ont sauté des étapes en faisant le choix d'éliminer radicalement les sulfites des vins, ce qu'il faut faire graduellement pour comprendre le vin. Les vigneron espagnols manquent du savoir-faire des vigneron français, qui sont des professionnels hautement formés, ce que nous avons évoqué dans notre partie théorique et qui a été mis en évidence dans l'étude de cas que nous avons menée.

Notre travail de recherche apporte une nouvelle perspective pour l'étude de la confiance interculturelle dans le cadre de la négociation franco-espagnole. Il met en évidence le caractère compétenciel et capacitaire du concept de confiance (i.e., la confiance est une compétence) qui par ailleurs est étroitement lié aux compétences éthiques et interculturelle. De plus, notre étude de cas présente l'intérêt de soulever les éléments qui favorisent la création des rapports de confiance entre les partenaires commerciaux qui y sont impliqués.

En outre, l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* et les nouvelles pratiques discursives qu'elle favorise représentent un vaste champ exploratoire linguistique et didactique, notamment dans le domaine des langues à visée professionnelle. En outre, les conversations *ouatsap* sont caractérisées par le niveau de langue courant, ce qui pose la question de la formation linguistique des apprenants. L'enseignant se doit d'apprendre la langue standard ; il serait impensable de concevoir un cours d'espagnol pour apprendre la langue courante. Par contre, ce même constat nous fait prendre conscience de l'importance des programmes d'échange et de mobilité à l'international puisqu'ils permettent aux apprenants d'acquérir ce registre en situation ainsi que le développement de leurs compétences (socio / inter / trans / co)culturelles en immersion. La mobilité à l'international devient ainsi un préalable inéluctable en formation initiale.

L'œnologie est un domaine professionnel de spécialisation particulièrement riche et intéressant du point de vue linguistique. Ce domaine tend à se développer de chaque côté des Pyrénées, et ce en vue d'un bénéfice mutuel. Les échanges linguistiques entre professionnels sont indispensables, et le rôle médiateur de la recherche universitaire est de toute évidence un accélérateur. Les études dans ce domaine doivent définir de nouvelles lignes de recherche permettant de développer une dimension internationale et professionnalisante du secteur du vin à l'aide des TICE, comme c'est le cas des études menées à l'*Universidad de Córdoba* (Espagne) pour la mise en place d'une application pour téléphone intelligent de traduction multilingue dans le domaine de l'œnologie « *WeinApp: Sistema multilingüe de información y recursos vitivinícolas* » (WeinApp : Système multilingue d'information et ressources viticoles).

❖ Perspective de recherche

Notre travail prend appui sur une étude de cas, ce qui ne permet pas d'apporter des ajustements au cadre théorique de la confiance interpersonnelle / interculturelle proposé par Vittar. En effet, comme le signale Vittar (2011 : 197-198), d'autres études empiriques devraient ratifier le modèle de confiance interculturelle proposé par celui-ci ainsi que confirmer ou infirmer les conclusions de notre recherche afin d'ajuster ce modèle théorique, ce qui aura sans doute pour conséquence une approximation plus pertinente, précise et significative au concept de confiance interculturelle.

L'utilisation de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* dans le domaine professionnel ouvre des perspectives de recherche très prometteuses dans le cadre des pratiques discursives en situation professionnelle. Toutes ces raisons nous motivent à continuer nos recherches au sujet des pratiques discursives en situation professionnelle au travers de l'application de messagerie instantanée *WhatsApp* dans le domaine du vin naturel, notamment sur l'influence du genre sur celles-ci ainsi que sur la création de rapports de confiance interpersonnelle et interculturelle. De plus, le développement des compétences éthique et interculturelle dans le domaine de l'espagnol à visée professionnelle attire toute notre attention, plus concrètement dans le domaine de l'espagnol des affaires.

En outre, les certifications linguistiques en espagnol à visée professionnelle (e.g., Diplôme de Compétence en Langue, du Ministère de l'Éducation Nationale) devraient pouvoir intégrer la confiance comme critère pragmatique permettant d'évaluer le niveau de compétence en espagnol du candidat en situation professionnelle puisque nous en avons défini les critères linguistiques et pragmatiques qui la déterminent : la confiance nous fait prendre conscience du fait que l'interculturel n'est pas une simple compétence incrémentale mais surtout une performance en situation professionnelle que nous pouvons mesurer. C'est pour cette raison que nous allons participer à la réflexion au sujet de l'évolution des certifications officielles d'espagnol langue vivantes

Le Ministre de l'Éducation Nationale annonçait dans son discours de rentrée 2017 les quatre mesures pour bâtir l'École de la confiance :

« La confiance est la clef du bon fonctionnement d'une société ; elle est aussi la clef du bon fonctionnement de l'École. Pour y parvenir, il faut enclencher un cercle vertueux [...] Ce cercle vertueux de la confiance c'est ce que nous enclenchons dès cette rentrée et que nous poursuivrons durant tout le quinquennat avec tous ceux qui partagent une volonté commune de faire réussir les élèves⁴⁵¹ ».

En tant que fonctionnaire du Ministère de l'Éducation Nationale, nous ne sommes pas insensibles à ces propos. L'avenir présent de notre École républicaine prend appui sur la confiance pour que le présent à venir soit moins incertain et hostile pour tous nos citoyens. Une pédagogie axiologiquement fondée devient de toute évidence le garant de la réussite scolaire et d'une société plus juste et humaine.

⁴⁵¹ Informations recueillies à l'adresse <http://www.education.gouv.fr/cid119317/annee-scolaire-2017-2018-pour-l-ecole-de-la-confiance.html> (Date de consultation : xxxxx)

BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DE L'INTRODUCTION

AKROUT, Houcine & AKROUT, Wafa (2011) : *La confiance en B to B : vers une approche dynamique et intégrative*, in Recherche et Applications en Marketing, n° 26, 1, pp. 59-81.

ANDERSON, Erin & WEITZ, Barton (1989) : *Determinants of continuity in conventional insdustrial channel dyads*, in Marketing Science, vol. 8, n° 4, États-Unis, pp. 310-223 [En ligne] Disponible à l'adresse http://warrington.ufl.edu/departments/mkt/docs/weitz/Determinants_Continuity.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

ANDERSON, James & NARUS, JA (1990) : *A model of Distributor firm and manufacturing firm working partnerships*, in Journal of Marketing, vol. 54, n° 1, États-Unis. pp. 42-58 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.msi.org/reports/a-model-of-distributor-firm-and-manufacturer-firm-working-partnerships/> (Date de consultation : 30/09/2017)

ANEAS ÁLVAREZ, Assumpta & VILÀ BAÑOS, Ruth (2014) : *Confianza interpersonal y competencia intercultural en los equipos de trabajo virtuales*, in Organicom, n° 21, 2° semestre, Brésil, pp. 46-65 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/776> (Date de consultation : 30/09/2017)

ARELLANO SALAS, Tomás et ali., (2015) : *Confianza, la clave para el desarrollo de Chile*, Centro UC Políticas Públicas, Santiago, Chili [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://politicaspUBLICAS.uc.cl/wp-content/uploads/2015/04/proyecto.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

ARROW, K.J. (1974) : *The limits of organization*, Norton, New York, États-Unis.

BAIER, Anette (1986) : *Trust and antitrust*, in Ethics, vol 96, n° 2 The Université of Chicago Press, États-Unis, pp. 231-260 [En ligne] Disponible à l'adresse

https://www.jstor.org/stable/2381376?seq=1#page_scan_tab_contents (Date de consultation : 30/09/2017)

BALSA, Casimiro (2005) : *Confiance et lien social*, Res Socialis, Academic Press, Éditions Saint-Paul, Fribourg, Suisse

BARBER, Bernard (1983) : *The logic and limits of trust*, Rutgers University Press, New Brunswick, New Jersey, États-Unis

BENVENISTE, Émile (1969) : *Le vocabulaire des institutions indo-européennes*, 2 tomes, Éditions de Minuit, Paris, France

BOUKERCH, Azzedine & XU, Li & EL-KHATIB, Khalil (2007): *Trust-based security for wireless ad hoc and sensor networks*, in Computer Communication, vol. 30, n° 11-12, pp. 2143-2427 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0140366407001661> (Date de consultation : 30/09/2017)

BRISEBOIS, Richard (2002) : *Sobre la confianza*, in Cuadernos de Empresa y Humanismo, n° 65, Universidad de Navarra, Espagne, pp. 19-31 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/3988/1/Cuaderno065.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

CIRIOLO, Emanuele (2007) : *Inequity aversion and trustees' reciprocity in the trust game*, in European Journal of Political Economy, vol. 23, n° 4, pp. 1007-1021 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0176268006000206> (Date de consultation : 30/09/2017)

COLEMAN, J. S (1990) : *Foundations of social Theory*, Harvard Université Press, Cambridge, Massachusetts, États-Unis.

CORIAT, Benjamin & GUENNIF, Samira (2000) : *Incertitude, confiance et institution*, in *La confiance en question*, sous la direction de R. et M. Orillard, Cahiers de Socio-Économie, Collection Logiques Sociales, L'Harmattan, Paris, France, pp. 215-244

CORNU, Laurence (2003) : *La confiance*, in revue *Le Télémaque*, 2003/2 n° 24, Presses universitaires de Caen, France, pp. 21-30 [En ligne] <http://www.cairn.info/revue-le-telemaque-2003-2-page-21.htm> Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

CRASWELL, Richard (1993) : *On the Uses of "Trust": Comment on Williamson, "Calculativeness, Trust, and Economic Organization"*, in *The Journal of Law and Economics*, vol. 36, n° 1, part 2, John M. Olin Centennial Conference in Law and Economics at the University of Chicago, pp. 487-500 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.jstor.org/stable/725486> (Date de consultation : 30/09/2017)

CURRAL, Steven & Judge, Timothy (1995) : *Measuring trust between organizational boundary role persons*, in *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol 64, n° 2, pp. 151-170 [En ligne] Disponible à l'adresse https://www.smu.edu/-/media/Site/Provost/AboutProvost/Papers/Currall_OBHDP_MeasuringTrust.ashx (Date de consultation : 30/09/2017)

DAHLSTROM, Robert & NYGAARD, Arne (1999) : *An empirical investigation of ex post transaction cost in franchised distribution channels*, in *Journal of Marketing Research*, vol. 36, n° 2 [En ligne] Disponible à l'adresse https://www.jstor.org/stable/3152090?seq=1#page_scan_tab_contents (Date de consultation : 30/09/2017)

DAMIEN, Robert (2000) : *La confiance et ses crises philosophiques*, in *La confiance en question*, sous la direction de R. et M. Orillard, Cahiers de Socio-Économie, Collection Logiques Sociales, L'Harmattan, Paris, France, pp. 19-53

DEI OTTATI, Gabi (1994) : *Trust, interlinking transactions and credit in the industrial district*, in *Cambridge Journal of Economics*, vol. 18, n° 6, Oxford université Press, pp.

529-546 [En ligne] Disponible à l'adresse https://www.jstor.org/stable/24231830?seq=1#page_scan_tab_contents (Date de consultation : 30/09/2017)

DWYER, Robert & SCHURR, Paul & OH, Sejo (1987) : *Developing buyer-seller relationships*, in Journal Of Marketing, vol. 51, n° 2, American Marketing Association, pp.11-27 [En ligne] Disponible à l'adresse https://www.jstor.org/stable/1251126?seq=1#page_scan_tab_contents (Date de consultation : 30/09/2017)

ECHERARRIA, Rafael (2000) : *La empresa emergente, la confianza y los desafíos de la transformación*, Editorial Granica, Buenos Aires, Argentina

EYMARD-DUVERNAY, François (2000) : *La confiance: une approche comparative de régimes d'action*, in La confiance en question, sous la direction de R. et M. Orillard, Cahiers de Socio-Économie, Collection Logiques Sociales, L'Harmattan, Paris, France, pp.245-262

FERRARY, Michel (2003) : *Trust and social capital in the regulation of lending activities*, in The Journal of Socio-Economics, n° 31, North Holland, pp. 673-699 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.455.529&rep=rep1&type=pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

FLORES, Fernando & SALOMON, Robert (1998): *Creating Trust*, in Business Ethics Quarterly, vol. 8, n° 2, Cambridge University Press, pp. 205-232 [En ligne] Disponible à l'adresse https://www.jstor.org/stable/3857326?seq=1#page_scan_tab_contents (Date de consultation : 30/09/2017)

FONTAINE, Laurence (1998) : *Endettement Paysan & Crédit Rural dans l'Europe médiévale et moderne*, in Actes des XVIIes Journées Internationales d'Histoire de l'Abbaye de Flaran, septembre 1995, M. Berthe Ed., Presses Universitaires du Mirail, Toulouse, France, pp. 7-21

FONTAINE, Laurence (2008) : *L'économie morale. Pauvreté, crédit et confiance dans l'Europe préindustrielle*. NRF essais, Éditions Gallimard, Paris, France

FUKUYAMA, Francis (1995) : *Trust, the social virtues and the creation of prosperity*, Free Press, New York, États Unis

GAMBA-NASICA, Christine (2014) : *Quelle place accorder aux sentiments dans les processus de socialisation ? À propos de la « confiance » dans les organisations*, in Sentiments et émotions, Proximités Sociologie, EME Éditions, Bruxelles, Belgique, pp. 143-154

GAMBETTA, Diego (1988) : *Can we trust trust, in Trust: making and breaking cooperative relations*, Basic Blackwell, Oxford, pp. 213-237 [En ligne] Disponible à l'adresse

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.24.5695&rep=rep1&type=pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

GIDDENS, Anthony (1987) : *Social Theory and Modern Sociology*, Stanford University Press, Stanford, California, États-Unis.

GREY, Chris & GARSTEN, Christina (2001) : *Trust, control and post-bureaucracy*, in Organization Studies, vol. 22, n° 2, pp. 229-250

GUIMOND, Alexandre (2008) : *La notion de confiance et le droit du commerce électronique*, in Lex Electronica, vol. 12, n° 3 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.lex-electronica.org/articles/vol12/num3/la-notion-de-confiance-et-le-droit-du-commerce-electronique/> (Date de consultation : 30/09/2017)

HARDIN, Russell (2002) : *Confianza y confiabilidad, colección Sociología*, Fondo de cultura económica, México

HASENFELD, Yeheskel & CHESLER, Mark (1989) : *Client empowerment in the human services: personal and professional agenda*, in The journal of Applied Behavioral Science, vol. 25, n° 4, pp. 499-521

HEVIA DE LA JARA, Felipe (2006) : *¿Cómo construir confianza? Hacia una definición relacional de la confianza social*, in Alberto Hernández (coord.), *Transparencia, rendición de cuentas y construcción de confianza en la sociedad y el Estado mexicanos*, México: IFAI/CEMEFI, pp. 15-37. ISBN: 968-5954-33-X

HOSMER, Larue Tone (1995) : *Trust: The connecting link between organizational theory and philosophical ethics*, in *Academy of Management Review*, n° 20, pp. 379-403 [En ligne] Disponible à l'adresse http://portal.psychology.uoguelph.ca/faculty/gill/7140/WEEK_4_Jan.30/Hosmer_AMR_1995.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

KARPIK, Lucien (1998) : *La confiance : réalité ou illusion? Examen critique d'une thèse de Williamson*, in *Revue économique*, volume 49, n°4, pp. 1043-1056 [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.persee.fr/doc/reco_0035-2764_1998_num_49_4_410030 (Date de consultation : 30/09/2017)

KARPIC, Lucien (2006) : *Pour une conception substantive de la confiance*, in *Les moments de la confiance. Connaissance, affects et engagements. Collection Études sociologiques*, Économica, Paris, France

LANE, Anthony & LUMINET, Olivier & MIKOLAJCZAK, Moïra (2012) : *Psychoendocrinologie sociale de l'ocytocine : revue d'une littérature en pleine expansion*, in *L'année psychologique, Topics in Cognitive Psychology*, volume 113 n° 02, pp. 255-285

LAURENT, Éloi (2009) : *Peut-on se fier à la confiance ?*, in *Revue du Centre de recherche en économie de Sciences Po - OFCE*, n° 108, Paris, France [En Ligne] Disponible à l'adresse <https://www.ofce.sciences-po.fr/pdf/revue/1-108.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

LAURENT, Éloi (2012) : *Économie de la confiance*, Éditions La Découverte, collection repères, Paris, France

LE BOUTER, Flavien (2014) : *Formes et fonctions de la confiance dans la société moderne. Implications Philosophiques, espace de recherche et de diffusion* [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.implications-philosophiques.org/actualite/une/formes-et-fonctions-de-la-confiance-dans-la-societe-moderne/#_ftn3 (Date de consultation : 30/09/2017)

LEWIS, David & WEIGERT, Andrew (1985) : *Trust as a social reality*, in *Social Forces*, vol. 63, n° 4, pp. 987-985 [En ligne] Disponible à l'adresse https://www.jstor.org/stable/2578601?seq=1#page_scan_tab_contents (Date de consultation : 30/09/2017)

LOBET-MARIS, Claire et ali., (2009) : *Variations sur la confiance. Concepts et enjeux au sein des théories de la gouvernance*. Philosophie & Politique, n° 18, Peter Lang, S.A., Bruxelles, Belgique.

LORENZ, Edward (1993) : *Flexible production systems and the social construction of trust*, in *Politics & Society*, vol. 21, n°3, pp. 307-324 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0032329293021003004?journalCode=pasa> (Date de consultation : 30/09/2017)

LUHMANN, Niklas (2006) : *La confiance. Un mécanisme de réduction de la complexité sociale*. Collection Études Sociologiques, Economica, Paris, France.

LUHMAN, Niklas (2001) : *Confiance et familiarité. Problèmes et alternatives*, in *Réseaux / 4*, n° 108, France, pp. 15-35 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.cairn.info/revue-reseaux1-2001-4-page-15.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

LUJÁN PONCE, Noemí (1999) : *La construcción de confianza política*, colección temas de democracia, serie Ensayos, n° 6, Instituto Federal Electoral, Mexique.

LUPTON, Sylvie (2002) : *Incertitude sur la qualité et économie des biens controversés. Le marché d'épandage des boues de stations d'épuration urbaines*, in *Économie et finances*, Écoles des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS),

France [En ligne] Thèse doctorale disponible à l'adresse <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00420846> (Date de consultation : 30/09/2017)

MAYER, Roger & DAVIS, James & SCHOORMAN, David (1998) : *An integrative model of organizational trust*, in *Academy of Management Review*, vol. 20, n° 3, pp. 709-734 [En ligne] Disponible à l'adresse https://www.jstor.org/stable/258792?seq=1#page_scan_tab_contents (Date de consultation : 30/09/2017)

MARZANO, Michela (2010) : *Le contrat de défiance*, Essai, Grasset, Paris, France

McALLISTER, Daniel (1995) : *Affect – and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations*, in *Academy of Management Journal*, vol. 38, n° 1, pp. 24-59 [En ligne] Disponible à l'adresse http://portal.psy.uoguelph.ca/faculty/gill/7140/WEEK_3_Jan.25/McAllister_AMJ1995.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

MISZTAL, Barbara (2001) : *Normality and trust in Goffman's Theory for interaction order*, in *Sociological Theory*, vol. 19, n° 3, pp. 312-324 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/0735-2751.00143?journalCode=stxa> (Date de consultation : 30/09/2017)

MOORMAN, Christine & ZALTMAN, Gerald & DESHPANDÉ, Rohit (1992) : *Relationships between providers and users of market research: the dynamics of trust within and between organizations*, in *Journal of Marketing Research*, vol. 29, n° 3, pp.314-328 [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.jstor.org/stable/3172742?seq=1#page_scan_tab_contents (Date de consultation : 30/09/2017)

NOOTEBOOM, Bart (2006) : *Apprendre à faire confiance*, in *Les Moments de la Confiance. Connaissance, affects et engagements*. Collection Études sociologiques, Économica, Paris, France

QUÉRÉ, Louis (2001) : *La structure cognitive et normative de la confiance*, in Réseaux n° 108, Paris, France, pp. 125-152 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2001-4-page-125.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

QUÉRÉ, Louis (2006) : *Confiance et engagement*, in Les Moments de la Confiance. Connaissance, affects et engagements. Collection Études sociologiques, Économica, Paris, France

RAMANANTSOA, Roland & REITTER, Bernard (2012) : *Confiance et défiance dans les organisations*, Économica, Paris, France

REYNAUD, Bénédicte (1998) : *Les conditions de la confiance. Réflexions à partir du rapport salarial*, in Revue économique, vol. 49, n° 6, SciencesPo Université Press, pp. 1455-1471 [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.benedicte-reynaud.com/texte/Reynaud_Confiance-1998.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

ROUSSEAU, Denise & SITKIN, Sim & BURT, Roland & CAMERER, Colin (1998) : *Introduction to special topic forum : Not so different after all : a cross-discipline view of trust*, in Academy of Management Review, vol. 23, n° 3, pp. 293-404 [En ligne] Disponible à l'adresse https://www.researchgate.net/profile/Colin_Camerer/publication/50313187_Not_So_Different_After_All_A_Cross-discipline_View_of_Trust/links/588f9d7845851573233e7868/Not-So-Different-After-All-A-Cross-discipline-View-of-Trust.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

SAKO, Mari & HELPER, Susan (1998) : *Determinants of trust in supplier relations: evidence from the automotive industry in Japan and the United States*, in Journal of Economic Behavior and Organization, vol. 34, n° 3, pp. 387-417

SANZ, Silvia & RUIZ, Carla & PÉREZ, Isabel (2009) : *Concepto, dimensiones y antecedentes de la confianza en entornos virtuales*, in Revista Teoría y Praxis, n° 6, pp.31-56 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://docplayer.es/9459995-Concepto->

dimensiones-y-antecedentes-de-la-confianza-en-los-entornos-virtuales.html (Date de consultation : 30/09/2017)

SCHMIDT, Christian (2000) : *Confiance et rationalité sont-elles compatibles ?*, in La confiance en question, sous la direction de R. et M. Orillard, Cahiers de Socio-Économie, Collection Logiques Sociales, L'Harmattan, Paris, France, pp. 79-100

SCHURR, Paul & OZANNE, Julie (1985) : Influences on exchange processes: buyers' preconceptions of a seller's trustworthiness abs bargaining toughness, in Journal of Consumer Research, n° 11, pp. 939-953

SHAPIRO, Susan (1987) : *The social control of impersonal trust*, in American Journal of Sociology, vol. 93, n° 3, pp. 623-658 [en ligne] Disponible à l'adresse https://www.jstor.org/stable/2780293?seq=1#page_scan_tab_contents (Date de consultation : 30/09/2017)

SHULLER, Guy (2004) : *Économie et confiance. La confiance : un facteur indispensable, mais complexe* [En ligne]. Disponible à l'adresse https://www.portstnicolas.org/IMG/pdf/ECO_et_confiance_Version_28_07_2004.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

SIMMEL, Georg (1987) : *Philosophie de l'argent*, PUF, Paris, France

SIMMEL, Georg (1999) : Sociologie. Étude sur les formes de socialisation. PUF, Paris, France

SMITH, Brock & BARCLAY, Donald (1997) : *The effects of organizational differences and trust on the effectiveness of selling partner relationships*, in Journal of Marketing, American Marketing Association, vol. 61, n° 1, pp. 3-21 [En ligne] Disponible à l'adresse https://www.jstor.org/stable/1252186?seq=1#page_scan_tab_contents (Date de consultation : 30/09/2017)

SUTTER, Matthias & KOCHER, Martin (2007) : *Trust and trustworthiness across different age groups*, in Games and Economic Behavior, vol. 2, n° 59, pp. 364-382 [En ligne] Disponible à l'adresse

<https://pdfs.semanticscholar.org/6082/13fe52552b8f772c3115b75962b2b8f4c7c8.pdf>
(Date de consultation : 30/09/2017)

SZTOMPKA, Piotr (1999) : *Trust: a sociological theory*, Cambridge University Press, Cambridge, Angleterre.

THUDEROZ, Christian (2003) : *Introduction au propos : la confiance en questions*, in Des mondes de confiance. Un concept à l'épreuve de la réalité sociale, CNRS Sociologie, CNRS Éditions, Paris, France, pp. 19-30

USUNIER, Jean-Claude (2000) : *Confiance et performance. Un essai de management comparé France-Allemagne*, Vuiberg - FNEGE, Paris, France.

USUNIER, Jean-Claude & ROGER, Patrick (2002) : *Confiance et Performance : Le couple franco-allemand au sein de l'Europe*, in Thomas Würtenberger et al. éditeurs, Wahrnehmungs- und Betätigungsformen des Vertrauens in deutsch-französischen Vergleich, Berlin Verlag/Arno Spitz, Allemagne, pp. 227-245 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://leg2.u-bourgogne.fr/rev/021116.PDF> (Date de consultation : 30/09/2017)

WATIER, Patrick (2000) : *Le savoir sociologique*, Desclée de Brouwer, Paris, France

WILLIAMSON, O. (1993) : *Calculativeness, Trust, and Economic Organization*, in Journal of Law and Economics, vol. 36, n° 1, part 2, The University of Chicago, pp, 453-86. [En ligne]. Disponible à l'adresse <https://www.jstor.org/stable/725485> (Date de consultation : 30/09/2017)

WATIER, Patrick (2008) : *Éloge de la confiance*, Belin, Paris, France

ZAPATA JAMARILLO, Carlos Mario & ROJAS LÓPEZ, Miguel David (2010) : *Una revisión crítica al modelado de la confianza a nivel organizacional*, in Estudios Gerenciales, vol. 26, n° 116, SCIELO, Cali, Colombie, pp.193-208 [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v26n116/v26n116a10.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

ZUCKER, Lynne (1986) : *Production of Trust: Institutional Sources of Economic Structure, 1840-1920*, in B.M. Staw et L.L. Cumings (eds), *Research in Organization Behavior*, vol. n° 8, JAI Press, Greenwich, pp. 53-111 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://digitalassets.lib.berkeley.edu/irle/ucb/text/irla0277.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPÎTRE 1.1

ABDALLAH-PRETCEILLE, Martine (2008) : *Communication interculturelle, apprentissage du divers et de l'altérité*, conférence au Congrès International Année Européenne du dialogue interculturel : communiquer avec les langues-cultures, Université Aristote de Thessaloniki, Grèce [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.frl.auth.gr/sites/congres/Interventions/FR/Abdalah-pretceille.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

ABDALLAH-PRETCEILLE, Martine (2004) : *L'Éducation interculturelle*, 2^{ème} édition, Presses Universitaires de France, Paris, France.

ABDALLAH-PRETCEILLE, Martine (1996) : *Compétence culturelle, compétence interculturelle : pour une anthropologie de la communication*, in *Le français dans le monde*, n° spécial, janvier, Hachette, Paris, France, pp. 28-38

ARENDT, Hannah (1972) : *La crise de la culture*, collection Folio essais, n° 113, Gallimard, Paris, France.

BÉJA, Vincent (2005) : *Identité – ipséité. Le changement en thérapie*, in *Gestalt*, 2005/2, n° 29, pp. 165-175 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.cairn.info/revue-gestalt-2005-2-page-165.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

BOURDIEU, Pierre (1994) : *Raisons pratiques*, Seuil, Paris, France.

BOURDIEU, Pierre (1979a) : *Les trois états du capital culturel*, in *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 30, novembre 1979, L'institution scolaire, France, pp. 3-6 [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.persee.fr/docAsPDF/arss_0335-5322_1979_num_30_1_2654.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

BOURDIEU, Pierre (1979b) : *La distinction*, Éditions de Minuit, Paris, France

BRAKE, Terence & WALKER, Danielle Medina & WALKER, Thomas (1995) : *Doing business internationally: The guide to cross-cultural success*. Burr Ridge, Irwin Professional Pub, États-Unis

BUENO, Gustavo (2016) : *El mito de la cultura*, X edición, Editorial Pentalfa Ediciones, Oviedo, Espagne

BUENO, Gustavo (1992) : *¿Qué queremos decir cuando hablamos de Cultura?*, in *Diario 16, cultura*, n° 336, Espagne, pp. 1-3 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.fgbueno.es/hem/1992b08.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

CARBONEL i PARIS, Francesc (1995) : *Inmigración : diversidad cultural, desigualdad social y educación*, Centro de Desarrollo Curricular, Ministerio de Educación y Ciencia, Madrid, Espagne.

CARPENTIER, Nelly (2010) : *Comprendre les cultures au-delà du comparatisme. Avec Jacques Demorgon déconstruisant Hall et Hofstede*, in revue *Synergies Monde Méditerranéen*, n° 1, Identités méditerranéennes et francophonie, pp. 223-227 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://gerflint.fr/Base/MondeMed1/carpentier.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

CASSIRER, Ernst (1977) : *Substance et fonction*, Éditions de Minuit, Paris, France

CONSEIL DE L'EUROPE (2002) ; *Marco común europeo de referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación*. Secretaría General Técnica del MECD – Subdirección General de Información y Publicaciones, Grupo Anaya, S.A., Madrid, Espagne.

CONSEIL DE L'EUROPE (2001) : *Cadre européen commun de référence pour les langues : apprendre, enseigner, évaluer*. Les Éditions Didier, Paris, France

CORTINA, Adela (2012) *Ética en tiempo de crisis*, in *El País*, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse

https://elpais.com/elpais/2012/06/13/opinion/1339587064_162579.html (Date de consultation : 30/09/2017)

CUENCA MONTESINO, José María (2013) : *El mánager de mañana y su formación en español de los negocios: algo más que instrucción lingüística*, in Actas del II Encuentro Internacional de profesores de ELE del Instituto Cervantes de Bruselas, pp. 43-60 [En ligne]. Disponible à l'adresse http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones_centros/PDF/bruselas_2013/06_cuenca.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

DEMORGON, Jacques (2000) : *Complexité des cultures et de l'interculturel*, Anthropos, Economica, Paris, France.

DIANTEILL, Erwan (2012) : *Anthropologie culturelle ou anthropologie sociale ? Une dispute transatlantique*, in L'Année sociologique, 2012/1, vol. 62, France, pp. 93-122 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-l-annee-sociologique-2012-1-page-93.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

DIEGO BAUTISTA, Óscar (2011) : *Los códigos éticos de gobierno*, in Colección Cuadernos de ética para los servidores públicos, n° 4, Universidad Autónoma del Estado de México UAEM, Mexique.

EBERHARD, Christoph (2009) *Droit et interculturalité en Europe. Quelques pistes de réflexion* [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.dhdi.free.fr/recherches/etudesdiverses/articles/europeinterculturelle.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

FREUD, Sigmund (1914) : *Introducción del narcisismo*, in Sigmund Freud, Obras completas, vol. XIV, Amorrortu, Buenos Aires, Argentina.

FORESTAL, Chantal (2008) : *L'approche transculturelle en didactique des langues-cultures : une démarche discutable ou qui mérite d'être discutée ?*, in revue Ela, Études de linguistique appliquée, 2008/4, n° 152, France, pp. 394-410 [En ligne]

Disponible à l'adresse <http://www.cairn.info/revue-ela-2008-4-page-393.html> (Date de consultation : 30/09/2017)

HALL, Edward Twitchell (1984) : *La danse de la vie. Temps culturel, temps vécu*, Éditions Seuil, Paris, France

HALL, Edward Twitchell (1976) : *Beyond Culture*, Anchor Press, Garden City, New-York, États-Unis

HOFSTEDE, Geert (2006) : *Relativité culturelle des pratiques et théories de l'organisation*, in Auteurs et textes classiques de la théorie des organisations, Les Presses de l'Université de Laval, Canada, pp.417-432

HOFSTEDE, Geert (1980) : *Culture's consequences : International differences in work-related values*, Sage Publications, Beverly Hills, California, États-Unis

KAËS, René (2013) : *Un singulier pluriel. La psychanalyse à l'épreuve du groupe*. Dunod, Paris, France.

KAPUSCINSKI, Ryszard (2009) : *Cet Autre*, Feux Croisés, Plon, Paris, France

KATAN, David (1999) *Translating Cultures: an introduction for translators, interpreters and mediators*, Saint Jerome Publishing, Manchester, Royaume-Uni

KOHLIS, Robert (2000) : *Survival kit for overseas living : for americans planning to live and work abroad*, in Intercultural Press, Yamaouth, New Jersey, États-Unis.

KROEBER Alfred Louis & KLUCKHOHN Clyde (1952) : *Culture. A critical review of concepts and definitions*, Papers of the Museum of American Archaeology and Ethnology, Harvard University, vol. 67, n° 1, Cambridge, Massachusetts, États-Unis
[En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.pseudology.org/Psychology/CultureCriticalReview1952a.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

LAHAYE, Willy & DESMET, Huguette & POURTOIS, Jean-Pierre (2007) : *L'Héritage de la transmission*, in, La revue internationale de l'éducation familiale, 2007/2 n° 22, pp. 43-66 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.cairn.info/revue-la-revue-internationale-de-l-education-familiale-2007-2-page-43.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

LÉVI-STRAUSS, Claude (1952) : *Race et Histoire*, Collection Folio / Essais, édition 2011, Editions Folio, Paris, France

LÉVI-STRAUSS, Claude (1950) : *Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss*, in Marcel Mauss (1902-1938) Sociologie et anthropologie, France [En ligne] Disponible à l'adresse http://palimpsestes.fr/textes_philo/levi_strauss/surmauss.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

MACHAIN FRANCO, Marina (2002) : *Puesta en escena: el español en el I^r Salón de Cambios Interculturales de la CELIN y sus consecuencias*, in Actas del IX Congreso Brasileño de Profesores de Español, Embajada de España en Brasilia, Brésil, pp. 323-330 [En ligne] Disponible à l'adresse https://sede.educacion.gob.es/publivena/descarga.action?f_codigo_agc=13162_19 (Date de consultation : 30/09/2017)

MARGÉRARD. Anne-Laurence (2011) : *Identités décomposées identités recomposées : panorama des courants de l'étude des représentations des identités culturelles et interculturelles*, Sébastien Rouquette, *L'identité plurielle, Image de soir, regards sur les autres*, PU Blaise Pascal, France, pp. 187-197 [En ligne] Disponible à l'adresse https://halshs.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/667161/filename/identites_decomposees_recomposees.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

MARINA, José Antonio & DE LA VÁLGOMA, María (2000) : *La lucha por la dignidad. Teoría de la felicidad política*, Anagrama, Barcelone, Espagne.

MARTÍN PERIS, Ernesto (2008) : *Diccionario de términos clave de ELE*, Instituto Cervantes, SGEL, Madrid, Espagne.

MAURER-FEDER, Marie-Thérèse (2012) : *L'inter culturalité à l'épreuve des frontières*, in Cahiers du GERES n° 5, pp. 81-93 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.geres-sup.com/cahiers/cahiers-du-geres-n-5/> (Date de consultation : 30/09/2017)

MEZIANI, Amina (2012) : *Interactions exolingues entre étudiants de FLE via un blogue communautaire : vers le développement d'une conscience interculturelle*, in Éducation, Université de Biskra, Algérie [En ligne] Disponible à l'adresse <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00717432/document> (Date de consultation : 30/09/2017)

MIQUEL, Lourdes (1999) : *El choque intercultural : reflexiones y recursos para el trabajo en el aula*, in Revista Carabela, n° 45, SGEL, Madrid, Espagne, pp. 27-46

MIQUEL, Lourdes & SANS, Neus (1992) : *El componente cultural : un ingrediente más de las clases de lengua*, in Revista Cable n° 9, Barcelone, Espagne, pp. 15-21.

MONTFORT PRADES, Juan Manuel (2011) : *La cultura de Ortega : ámbito en el que se realiza la vida humana*, in Departamento de Filosofía y Filosofía Moral y Política, UNED, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:Filosofia-Jmmonfort/Documento.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

NARCY-COMBES, Marie-Françoise (2006) : *La communication interculturelle en anglais des affaires. Précis à l'usage des étudiants francophones*, Collection Didact Anglais, Presses Universitaires de Rennes, France

PÁRAMO, Pablo (2008) : *La construcción psicosocial de la identidad y del self*, in Revista latinoamericana de psicología, vol. 40, n° 3, pp. 539-550 [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.redalyc.org/pdf/805/80511493010.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

PICARD, Dominique (2008) : *Quête identitaire et conflits interpersonnels*, in Connexions, 2008/1, n° 89, pp. 75-90 [En ligne] Disponible à l'adresse

<https://www.cairn.info/revue-connexions-2008-1-page-75.htm> (Date consultation : 30/09/2017)

PORCHER, Louis (1994) : *L'enseignement de la civilisation*, in Revue Française de Pédagogie, n° 108, Paris, France, pp. 5-12 [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.persee.fr/doc/rfp_0556-7807_1994_num_108_1_1251 (Date de consultation : 30/09/2017)

PUREN, Christian (2008) : *De l'approche communicative à la perspective actionnelle, et de l'interculturel au co-culturel*, in La France et la francophonie : stéréotypes et réalités. Image de soi, regard de l'autre, Actes du colloque international Journées de la Francophonie, XVI^e édition, Iasi, 25-26 mars 2011, textes réunis par Felicia Dumas, Éditions Junimea, Iași (Roumanie) [En ligne] Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

PUREN, Christian (2002) : *Perspectives actionnelles et perspectives culturelles en didactique des langues-cultures : vers une perspective co-actionnelle co-culturelle*, in « L'Interculturel », Langues modernes, n° 3, juil.-août-sept., Association française des Professeurs de Langues Vivantes, Paris, France, pp. 55-71 [En ligne] <https://www.christianpuren.com/mes-travaux/2002b/> Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

SAHLINS, Marshall (1994) : *A Brief Cultural History of "Culture". Document préparé pour la Commission Mondiale de la Culture et le Développement*, in Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. UNESCO. Editorial SM, Madrid, Espagne

SAPIR, Edward (1967): *Anthropologie. Tome I : Culture et personnalité*. Éditions de Minuit, Paris, France.

SARABIA ALEGRÍA, María & SARABIA ALEGRÍA, José María (2005) : *TREEOR Model: An approach to the valuation of intellectual capital*, in The Electronic of Knowledge Management, vol. n° 3, issue n° 2, pp. 119-128 [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.ejkm.com/front/search/index.html> (Date de consultation : 30/09/2017).

SARTRE, Jean-Paul (1988) : *L'idiote de la famille. Gustave Flaubert de 1821 à 1857*, tome I. Collection Bibliothèque de Philosophine. Éditions Gallimard, Paris, France.

SEYE, Boucounta (2008) : *Esprit objectif et esprit absolu chez Hegel*, UFR SHA, Université de Poitiers, France [En ligne] Disponible à l'adresse <http://nuxeo.edel.univ-poitiers.fr/nuxeo/site/esupversions/508c7a18-7e0e-4cbc-8128-2ddfb4a0bbcd> (Date de consultation : 30/09/2017)

SIMON, Fabienne (2011) : *Le processus de transmission transgénérationnelle. Objets et enjeux de la transmission familiale*. Conférence du 28 mai 2011 à l'ABMP [En ligne] Disponible à l'adresse http://abmp31.fr/rencontres_thematiques_2010-2011/synth-se_de_la_conf-rence.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

SMITH, Peter B. & BOND, Michael Harris (1998) : *Social Psychology across cultures*, Prentice Hall Europe, Harlow, Royaume Uni.

TARDIF, Jean (2008) : *Mondialisation et culture : un nouvel écosystème symbolique*, in Questions de communication, n° 13, pp. 197-223 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://questionsdecommunication.revues.org/1764> (Date de consultation : 30/09/2017)

TAYLOR, Edward Burnet (1871) : *Primitive Culture. Researches into the development of mytology, philosophy, religión and custom*, vol. I et II, H. Murray, Londres, Royaume Uni

TRUC, Gérôme (2009) : *Une désillusion narrative ? De Bourdieu à Ricoeur en sociologie*, in Tracés, Revue de Sciences Humaines, n° 8 / 2005, pp. 47-67 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://traces.revues.org/2173> (Date de consultation : 30/09/2017)

UNAMUNO, Miguel de (1913) : *La Kultura y la Cultura*, in Mundo Gráfico, año 1, n° 70, Espagne, p. 9 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.filosofia.org/hem/dep/mga/9130226a.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

UNESCO (2013) : *Textes fondamentaux de la Convention de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, Section de la diversité des expressions culturelles, Secteur de la Culture, UNESCO [En ligne] Disponible à l'adresse <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002253/225383F.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

VINSONNEAU, Geneviève (2000) : *Culture et comportement*, Collection Cursus, Psychologie, Armand Colin, Paris France

WANG, Yan (2017) : *Les compétences culturelles et interculturelles dans l'enseignement du chinois en contexte secondaire français*, in Education. Université Sorbonne Paris Cité [En ligne] Disponible à l'adresse <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01529853> (Date de consultation : 30/09/2017)

WIEVIORKOVA, Michel (1992) : *El espacio del racismo*, Paidós, Barcelone, Espagne

BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPÎTRE 1.2

ABDALLAH-PRETCEILLE, Martine (2011) : *La pédagogie interculturelle : entre multiculturalisme et universalisme*, in *Linguarum Arena*, vol. 2, pp. 91-101 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/9835.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

ABDALLAH-PRETCEILLE, Martine (1996) : *Compétence culturelle et compétence interculturelle. Pour une anthropologie de la communication*, in *Le français dans le monde, Recherches et applications*, Numéro spécial, Janvier 1996, Hachette-EDICEF, Paris, France, pp. 28-38.

ABDALLAH-PRETCEILLE, Martine (1983) : *Pédagogie interculturelle. Bilan et perspectives*, in *L'Interculturel en Éducation et en Sciences Humaines*, Publications Université Toulouse le Mirail, Toulouse, France, pp. 25-32

ALBER Jean-Luc & DE PIETRO Jean-François (1986) : *Approche des phénomènes interculturels à travers l'étude de la conversation exolingue*, in *L'interculturel en éducation et en sciences humaines*, actes du colloque tenu à Toulouse, p. 510

AL SAHYOUNI BOUY FADEL, Reine (2016) : *L'interopérabilité culturelle et l'interculturalité. Le modèle de Vifralie*, in *Revue Communication*, France [En ligne] Disponible à l'adresse <https://communication.revues.org/6636> (Date de consultation : 30/09/2017)

ANDREEVA-SUSSIN, Irina (2009) : *Construire une relation avec une culture partenaire : apprendre à se comprendre*, in *Cahiers de l'APLIUT*, vol. XXVIII, n° 2, [En ligne] Disponible à l'adresse <http://apliut.revues.org/1067> (Date de consultation : 30/09/2017)

BLANCHET, Philippe (2007) : *L'approche interculturelle comme principe didactique et pédagogique structurant dans l'enseignement / apprentissage de la pluralité linguistique*, in *Pluralité linguistique et approches interculturelles*, revue *Synergies Chili*, n° 3, GERFLINT / Institut Franco-Chilien, pp. 21-27, [En ligne]

<http://www.gerflint.fr/Base/chili3/blanchet.pdf> Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

BRATOSIN, Stefan (2002) : *L'approche interprétative du phénomène interculturel*, in Revue Communication & Organisation, n° 22, Presses Universitaires de Bordeaux, France [En ligne] Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

CAZADE, Alain (2009) : *L'interculturel est-il soluble dans l'humour ?*, in Cahiers de l'APLIUT, vol. XXVIII, n° 2, [En ligne] Disponible à l'adresse <http://apliut.revues.org/1067> (Date de consultation : 30/09/2017)

CLANET, C (1990) : *L'interculturel. Introduction aux approches interculturelles en Éducation et en Sciences Humaines*, Presses Universitaires du Mirail, Université de Toulouse 2 – Le Mirail, France

COHEN-ÉMERIQUE, Margalit (2013) : *Étude des pratiques des travailleurs sociaux en situations interculturelles : une alternance entre recherches théoriques et pratiques de formation*, in Quels modèles de recherche scientifique en Travail Social, Coordination AFFUTS, Les Presses de l'EHESP, Rennes, France, pp. 213-260 [En ligne] Disponible à l'adresse [http://www.unifr.ch/ipg/aric/assets/files/Textes%20en%20ligne/Cohen-Emerique\(2013\).pdf](http://www.unifr.ch/ipg/aric/assets/files/Textes%20en%20ligne/Cohen-Emerique(2013).pdf) (Date de consultation : 30/09/2017)

COHEN-ÉMERIQUE, Margalit (1993) : *L'approche interculturelle dans le processus d'aide*, in revue Santé mentale au Québec, XVIII, n° 1, Canada, pp. 71-92 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.cohen-emerique.fr/medias/files/cohen-emerique-1993-article-l-approche-interculturelle-dans-le-processuus-d-aide-1.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

COLLES, Luc (2013) : *Passage des frontières : Études de didactique du français et de l'interculturel*. Nouvelle édition. Louvain-la-Neuve : Presses universitaires de Louvain, Belgique, pp. 75-90 [En ligne] Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

CONTE, Charles (2010) : *Qu'est-ce que le dialogue interculturel ? Un entretien avec Gabriella Battaini-Dragoni*, in revue *Diasporiques* n° 10, nouvelle série, Paris, France, pp. 18-24 [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.diasporiques.org/Battaini_10.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

DASEN, Pierre R. (2000) : *Développement humain et éducation informelle*, in P.R. Dasen & C Perregaux (Eds.), *Pourquoi des approches interculturelles en Sciences de l'Éducation*, Collection *Raisons Éducatives*, vol. 3, DeBoeck Université, Bruxelles, Belgique, pp. 107-123 [En ligne] http://www.unige.ch/fapse/publications-ssed/files/6714/1572/5494/Page_de_107_APPINT.pdf Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017).

DELGADILLO Iris Viviana (2015) : *Analyse du concept « interculturel » dans le discours pédagogique et l'enseignement des langues étrangères en Colombie*, in *Signes, Discours et Sociétés*, n° spécial *Sémantique des Possibles Argumentatifs et Analyse Linguistique du Discours. Hommage à Olga Galatanu*, [En ligne] Disponible à l'adresse: <http://www.revue-signes.info/document.php?id=3887> (Date de consultation : 30/09/2017)

DEMORGON, Jacques (2000a) : *Complexité de cultures et de l'interculturel*, 2^e édition revue et augmentée d'une postface : contre la pensée unique, Editions Économica, Anthropos, Paris, France

DEMORGON, Jacques (2000b) : *L'interculturalisation du monde*, Editions Économica, Anthropos, Paris, France

DEMORGON, Jacques (1989) : *L'exploration interculturelle. Pour une pédagogie internationale*, Armand Collin, Paris, France.

FRAME, Alexandre (2013) : *Communication et interculturalité. Cultures et interactions interpersonnelles*. Collection *Forme et sens*, Hermès Science publications / Lavoisier, Paris, France

FRAME, Alexandre (2008) : *Repenser l'interculturel en communication. Performance culturelle et construction des identités au sein d'une association européenne*, in Sciences de l'Homme et Société, Université de Bourgogne, France [En ligne] Disponible à l'adresse <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00441656/document> (Date de consultation : 30/09/2017)

GARIAZZO-DESSIEX, Françoise & SCHOEFFEL, Véronique (2011) : *Compétence interculturelle dans la coopération internationale*, Centre d'Information, de conseil et de formation pour les professions de la coopération internationale, CINFO, Suisse [En ligne] http://dpp.graduateinstitute.ch/files/live/sites/dpp/files/shared/executive_education/IMAS/IMAS_2011_2012/Competence-interculturelle-F.pdf Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

KAPUSCINSKI, Ryszard (2009) : *Cet Autre*, Feux Croisés, Plon, Paris, France

LEMAIRE, Eva (2012) : *Approches inter, trans, pluri, multiculturelles en didactique des langues et des cultures*, in Revue internationale d'études canadiennes, n° 45-46, Francophonies, interculturalité, cultures et stratégies, Canada, pp. 205-218 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.erudit.org/fr/revues/ijcs/2012-n45-46-ijcs0128/1009903ar/> (Date de consultation : 30/09/2017)

LESIRE, Adeline (2015) : *Comment favoriser une démarche interculturelle au sein de nos classes ?* Rencontre virtuelle FLE. EMDL, France [En ligne] Disponible à l'adresse : <http://slideplayer.fr/slide/8869027/> (Date de consultation : 30/09/2017)

LÉVI-STRAUSS, Claude (1978) : *Race et histoire*, collection Médiations, Grasset, Paris, France

LIPIANSKI, Edmon Marc (1991) : *Identité, communication interculturelle et dynamique des groupes*, in revue Connexions, n° 58, Éditions Eres, France.

MARTÍN PERIS, Ernesto (2008) : *Diccionario de términos clave de ELE*, Instituto Cervantes, SGEL, Madrid, Espagne.

MERLEAU-PONTY, Maurice (1945) : *Phénoménologie de la perception*, Gallimard, Paris, France

MEZIANI, Amina (2012) : *Interactions exolingues entre étudiants de FLE via un blogue communautaire : vers le développement d'une conscience interculturelle*, in Éducation, Université de Biskra, Algérie [En ligne] Disponible à l'adresse <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00717432/document> (Date de consultation : 30/09/2017)

MOUSA, Ahmad (2012) : *Acquérir une compétence interculturelle en classe de langue, entre objectifs visés, méthodes adoptées et difficultés rencontrées. Le cas spécifique de l'apprenant jordanien*, Centre de recherche sur médiations, Université de Lorraine, France [En ligne] Disponible à l'adresse http://docnum.univ-lorraine.fr/public/DDOC_T_2012_0180_MOUSA.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

NARCY-COMBES, Marie-Françoise (2009) : *Développer la compétence interculturelle : un défi identitaire*, in Cahiers de l'APLIUT, vol. XXVIII, n° 1, France, pp. 93-104 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://apliut.revues.org/1239#ftn2> (Date de consultation : 30/09/2017)

PEREA, François (2016) : *Nature et technologie langagière dans les dialogues oraux homme-machine*, in Revue Communication, vol. 34/1, France [En ligne] Disponible à l'adresse <http://communication.revues.org/6763> (Date de consultation : 30/09/2017)

PORCHER, Louis (1986) : *La civilisation*, Clé Internationale, Paris, France

RODRIGO ALSINA, Miquel (1995) : *Los medios de comunicación intercultural* [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer01-05-alsina.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

SÁNCHEZ DELGADO, Rosa (2008) : *Les projets transnationaux européens : analyse d'une expérience européanisante*, in revue Politique Européenne, n° 26, L'Harmattan, Paris, France, pp. 53-74 [En ligne] Disponible à l'adresse

<https://www.cairn.info/revue-politique-europeenne-2008-3-page-53.htm#re31no31>

(Date de consultation : 30/09/2017)

SAPIR Edward (1921) : *Anthropologie*. Tome 1 : Culture et personnalité, Éditions de Minuit, Collection Le sens commun, Paris, France [En ligne] Disponible à l'adresse http://classiques.uqac.ca/classiques/Sapir_edward/Anthropo_1/Anthropo_1.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

SCHOEFFEL, Véronique & GARIAZZO-DESSIEUX, Françoise (2011) : *Compétence interculturelle dans la coopération internationale*, in Centre d'Information, de conseil et de formation pour les professions de la coopération internationale, CINFO, Bienne, Suisse [En ligne] Disponible à l'adresse http://dpp.graduateinstitute.ch/files/live/sites/dpp/files/shared/executive_education/IMAS/IMAS_2011_2012/Competence-interculturelle-F.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

SOUMAGNAC-COLIN, Karel (2016) : *Construire l'interopérabilité culturelle autour de la documentation et de l'information dans une communauté de pratique. Le cas du domaine de l'écoconstruction*, in Revue Communication, vol. 34/1, France [En ligne] Disponible à l'adresse <https://communication.revues.org/6670> (Date de consultation : 30/09/2017)

TOTTÉ, Marc (2015) : *Des différences entre Inter-, Multi- Pluri- et Trans-... culturel*, in Inter-Mondes Belgique [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.inter-mondes.org/IMG/pdf/Multi-Pluri-Inter-.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (2006) : *Guía INTER: una guía práctica para aplicar educación intercultural en la escuela*, Proyecto INTER, Sócrates Comenius 2.1, n° 106223-CP-1-2002-1-COMENIUS-C21, UNED, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www2.uned.es/grupointer/colentremanos001pc.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

VINSONNEAU, Geneviève (2000) : *Comportement et culture*, Collection Cursus, Psychologie, Armand Colin, Paris, France

BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPITRE 1.3

AL SAHYOUNI BOU FADEL, Reine (2016) : *L'interopérabilité culturelle et l'interculturalité*, in Communication, vol. 34/1 | 2016, France [En ligne] Disponible à l'adresse <https://communication.revues.org/6636> (Date de consultation : 30/09/2017)

AL SAHYOUNI BOU FADEL, Reine (2014) : *TIC et apprentissage de l'interculturalité*, in Sciences de l'information et de la communication, Université Michel de Montaigne – Bordeaux III [En ligne] Disponible à l'adresse <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01143443/document> (Date de consultation : 30/09/2017)

ANEAS ÁLVAREZ, Assumpta & VILÀ BAÑOS, Ruth (2014) : *Confianza interpersonal y competencia intercultural en los equipos de trabajo virtuales*, in Organicom, n° 21, 2° semestre, Brésil, pp. 46-65 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/776> (Date de consultation : 30/09/2017)

CONSEIL DE L'EUROPE (2001) : *Cadre européen commun de référence pour les langues : apprendre, enseigner, évaluer*. Les Éditions Didier, Paris, France

CHEVALÉRIAS, Marie-Paule (2003) : *Intimité et lien intime*, in Le Divan familial, 2003/2, n°11, pp. 11-23 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-le-divan-familial-2003-2-page-11.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

CORIAT, Benjamin & GUENNIF, Samira (2000) : *Incertitude, confiance et institution*, in La confiance en question, sous la direction de R. et M. Orillard, Cahiers de Socio-Économie, Collection Logiques Sociales, L'Harmattan, Paris, France, pp. 215-244

CORTINA, Adela (2010) : *Ética discursiva y educación en valores* [En ligne] Disponible à l'adresse <https://caredu.files.wordpress.com/2010/04/adela-cortina-etica-discursiva-y-educacion-en-valores.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

CORTINA, Adela & MARTÍNEZ NAVARRO, Emilio (1996) : *Ética*. Colección Tractatus Philosophiae, Ediciones Akal, Madrid, Espagne

CURRAL, Steven C. & JUDGE, Timothy A. (1995) : *Measuring trust between organizational boundary role persons*, in *Organizational Behavior and Human decision Processes*, vol. 64, n° 2, november, Elviesier pp. 151-170 [En ligne] Disponible à l'adresse https://www.smu.edu/-/media/Site/Provost/AboutProvost/Papers/Currall_OBHDP_MeasuringTrust.ashx?la=en (Date de consultation : 30/09/2017)

DE LUIS SIERRA, Marta María (2010) : *Cultura con "C" en la clase de ELE: propuestas didácticas*, in *Revista red Electrónica de Didáctica del Español como Lengua Extranjera*, n° 11, segundo semestre [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.mecd.gob.es/educacion/mc/redele/biblioteca-virtual/numerosanteriores/2010/memoriamaester/2-semester/martadeluis.html> (Date de consultation : 30/09/2017)

ECHEVARRÍA, Rafael (2000): *La empresa emergente, la confianza y los desafíos de la transformación*, Gránica, Buenos Aires, Argentine

FERNANDEZ, Bernard (2003) : *Confiance et méfiance dans le rapport à l'altérité asiatique : le cas de l'expérience d'expatriés français en Chine*, in *Des mondes de confiance. Un concept à l'épreuve de la réalité sociale*, CNRS Sociologie, CNRS Éditions, Paris, France, pp. 85-98

GALLEGO DUEÑAS, Francisco Javier (2016) : *La intimidación del WhatsApp. TIC, intimidación y cambio social*, in *XII Congreso Español de Sociología, Federación Española de Sociología*, Gijón, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/4226.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

GAMBA-NASICA, Christine (2014) : *Quelle place accorder aux sentiments dans les processus de socialisation ? À propos de la « confiance » dans les organisations*, in *Sentiments et émotions, Proximités Sociologie*, EME Éditions, Bruxelles, Belgique, pp. 143-154

HEVIA DE LA JARA, Felipe (2006) : *¿Cómo construir confianza? Hacia una definición relacional de la confianza social*, in Alberto Hernández (coord.), *Transparencia, rendición de cuentas y construcción de confianza en la sociedad y el Estado mexicanos*, México: IFAI/CEMEFI, pp. 15-37. ISBN: 968-5954-33-X

LASÉN DIAZ, Amparo (2006): *La presencia y uso de los teléfonos móviles en los espacios públicos urbanos*, in *Formas de Arquitectura y Arte*, vol. N° 15, Ciudad Real, Espagne, pp. 42-49

LASÉN DIAZ, Amparo (2006): *La tecnología nos hace hacer y nosotros la hacemos hacer*, in eldiario.es [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.eldiario.es/interferencias/tecnologia-politica_6_134796534.html (Date de consultation : 30/09/2017)

LIVINGSTONE, Sonia (2008) : *Taking risky opportunities in youthful content creation : teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression*, in *New media & society*, n° 10/3, pp. 393-411 [En ligne] Disponible à l'adresse [http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/27072/1/Taking_risky_opportunities_in_youthful_content_creation_(LSERO).pdf) (Date de consultation : 30/09/2017)

MARKOVA, Ivana (2011) : *L'influence de la dialogicité*, in *Bulletin de Psychologie*, 2011/5 n° 515, pp. 391-398 [En ligne] <http://www.cairn.info/revue-bulletin-de-psychologie-2011-5-page-391.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

MOREAU, Joseph (1969) : *Aristote et la monnaie*, in *Revue des Études Grecques*, tome 82, fascicule 391-393, juillet-décembre 1969, pp. 349-364 [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.persee.fr/docAsPDF/reg_0035-2039_1969_num_82_391_1087.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

ONGHENA, Yolanda (2003) : *¿Por qué la confianza?*, in *Revista CIDOB d'afers internacionals*, n° 61-62, Barcelona, Espagne, pp. 7-16 [En ligne] Disponible à l'adresse https://www.cidob.org/es/media2/publicacions/afers/61_62/61_62onghena (Date de consultation : 30/09/2017)

PETERMANN, Franz (1999) : *Psicología de la confianza*, Herder, Barcelona, Espagne

PRAX, Jean-Yves (2016) : *Le rôle de la confiance dans la performance collective*, KMForum 2001, Paris, France [En ligne] Conférence disponible à l'adresse http://www.polia-consulting.com/IMG/pdf/La_confiance.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

ROBMAN, Liliane (2010) : *L'intime dans la langue et la langue de bois*, in revue *Empan*, 2010/1 n° 77, pp. 62-68 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-empan-2010-1-page-62.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

SANZ, Silvia & RUIZ, Carla & PÉREZ, Isabel (2009) : *Concepto, dimensiones y antecedentes de la confianza en entornos virtuales*, in *Revista Teoría y Praxis*, n° 6, pp. 31-56 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://docplayer.es/9459995-Concepto-dimensiones-y-antecedentes-de-la-confianza-en-los-entornos-virtuales.html> (Date de consultation : 30/09/2017)

SIMMEL, Georg (2005) : *L'argent dans la culture moderne et autres essais sur l'économie de la vie*, Collection pensée allemande et européenne, Les Presses de l'Université de Laval, Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme. Les Presse de l'Université de Laval, Canada.

SIMMEL, G (1999) : *Sociologie. Essai sur les formes de socialisation*, Presses Universitaires de France, Paris, France.

TARDIF, Jean (2008) : *Mondialisation et culture : un nouvel écosystème symbolique*, in *Questions de communication*, n° 13, pp. 197-223 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://questionsdecommunication.revues.org/1764> (Date de consultation : 30/09/2017)

TROMPETTE, Pascale (2003) : *De la prudence... à la confiance*, in Des mondes de confiance. Un concept à l'épreuve de la réalité sociale, CNRS Sociologie, CNRS Éditions, Paris, France, pp. 100-107

VITTAR, Carlos (2011) : *El estudio de la confianza intercultural en el marco de la globalización: de la incapacidad teórico-metodológica a un modelo explicativo alternativo*, in Formas-Otras: saber, nombrar, narrar, hacer, CIDOB edicions, Barcelona, Espagne, pp. 191-202 [En ligne] Disponible à l'adresse https://www.cidob.org/en/media2/publicacions/monografias/iv_training_seminar/vittar (Date de consultation : 30/09/2017)

ZAPATA JAMARILLO, Caros Mario et ROJAS LÓPEZ, Miguel David (2010) : *Una revisión crítica al modelado de la confianza a nivel organizacional*, in Estudios Gerenciales, vol. 26, n° 116, SCIELO, Cali, Colombie, pp.193-208 [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v26n116/v26n116a10.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPITRE 2.1

CUENCA MONTESINO, José María (2001) : *Aspectos interculturales de la negociación franco-española. Reflexión sobre el lugar de la cultura en clase de español comercial. Criterios para una actitud etnoexpansiva*, in Revista RedELE, Ministerio de Educación, cultura y deporte, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.mecd.gob.es/educacion/mc/redele/biblioteca-virtual/numerosanteriores/2004/memoriamaester/2-semester/cuenca-m.html> (Date de consultation : 30/09/2017)

DUPONT, Christophe (1994) : *La négociation. Conduite, théorie, applications*. Éditions Dalloz, Paris, France

FRIEDBERG, Erhard (2009) : *Pouvoir et négociation*, in *Négociations*, 2009/2, n° 12, De Boeck Supérieur, pp. 15-22 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-negociations-2009-2-page-15.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (2012) : *Négocier la notion de négociation*, in *Négociations*, 2012/1, n° 17, De Boeck Supérieur, pp. 87-99 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.cairn.info/revue-negociations-2012-1-page-87.htm> (Date de consultation : 31/09/2017)

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (2005) : *Le discours en interaction*, Armand Colin, Paris, France

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (2004) : *Négocier dans les petits commerces*, in *Négociations*, 2004/2, n°2, De Boeck supérieur, pp. 7-22 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.cairn.info/revue-negociations-2004-2-page-7.htm> (Date de consultation : 31/09/2017)

KOLB, Deborah M. & PUTMAN, Linda L. (2004) : *La négociation : une question de genre ?*, in *Négociations*, 2004/2 n° 2, De Boeck supérieur, pp. 59-74 [En ligne]

Disponible à l'adresse <http://www.cairn.info/revue-negociations-2004-2-page-59.htm>
(Date de consultation : 30/09/2017)

LE ROY, Etienne & YOUNES, Carole (2002) : *Médiation et diversité culturelle : Pour quelle société ?*, Collection Homme et Société, Sciences économiques et politiques, éditions Karthala, Paris, France

MIGUELEZ, Roberto (2001) : *Les règles de l'interaction. Essais en philosophie sociologique*. L'Harmattan, Les Presses de l'Université de Laval, Québec, Canada.

SCHEMEIL, Yves (2013) : *Des négociations interculturelles ? Cultures, calculs, cognitions*, in *Négociations internationales*, Presses de SciencesPo (P.F.N.S.P.), pp. 141-168 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.cairn.info/negociations-internationales--9782724612813-page-141.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPITRE 2.2

ALONSO PÉREZ, Matilde & FURIO BLASCO, Elies & BIRABENT CAMARASA, Christel (2014) : *La dimension économique de l'espagnol* [En ligne] Disponible à l'adresse <http://studylibfr.com/doc/6010638/ma-ef-cb> (Date de consultation : 30/09/2017)

AMOSSY, Ruth et HERSCHBERG PIERROT, Anne (1997) : *Stéréotypes et clichés. Langue, discours, société*. Collection Lettres et Sciences Sociales, n°128. Nathan Université, Paris, France

BRETT, Jeanne et GELFAND, Michèle (2004) : *Effets de la culture sur le style de négociation. Trois cas inspirés d'ailleurs*, in *Revue française de gestion*, 2004/6, n° 153, Lavoisier, pp. 201-210 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2004-6-page-201.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

DIÁLOGO & REAL INSTITUTO ELCANO (2014) : *España-Francia. Visiones mutuas*. Asociación de Amistad Hispano-Francesa, Madrid, Espagne (En ligne) Disponible à l'adresse http://www.dialogo.es/images/stories/biblioteca/2014.01.22_-_S%C3%ADntesis_Estudio_Espa%C3%B1a-Francia_visiones_mutuas.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

FAURE, Guy-Olivier (2004) : *Approcher la dimension interculturelle en négociation internationale*, in *Revue française de gestion*, 2004/6, n° 153, Lavoisier, pp. 187-199 [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2004-6-page-187.htm_blank (Date de consultation : 30/09/2017)

LEYENS, Jean-Philippe & YZERBYT, Vincent & SCHADRON, Georges (1996) : *Stéréotypes et cognition sociale, Collection Psychologie et Sciences Humaines*, Éditions Mardaga, Bruxelles, Belgique.

RADTCHENKO-DRAILLARD, Svetlana (2012) : *La spécificité de la négociation internationale*, in *Les cahiers psychologie politique*, n° 21 [En ligne] Disponible à

l'adresse <http://lodel.irevues.inist.fr/cahierspsychologiepolitique/index.php?id=2231>
(Date de consultation : 30/09/2017)

RADTCHENKO-DRAILLARD, Svetlana (2003) : *Les aspects culturels de la négociation internationale*, in Les cahiers psychologie politique, n° 3 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://lodel.irevues.inist.fr/cahierspsychologiepolitique/index.php?id=1602> (Date de consultation : 30/09/2017)

SCHEMEIL, Yves (2013) : *Des négociations interculturelles ? Cultures, calculs, cognitions*, in *Négociations internationales*, Presses de SciencesPo (P.F.N.S.P.), pp. 141-168 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.cairn.info/negociations-internationales--9782724612813-page-141.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

ZARRAD, Houda et DEBADI, Mohsen (2014) : *La négociation interculturelle : Proposition d'un cadre conceptuel de l'impact de la culture sur la négociation*, in *International Marketing Trends Conference* [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.marketing-trends-congress.com/archives/2014/pages/PDF/339.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPITRE 2.3

BRÉMOND, Joël (2016) : *Rioja, une marque territoriale d'excellence*, in *El español: retos y oportunidades económicas y formativas en un contexto global*, Septem Ediciones S.L, pp. 57-78, Oviedo, Espagne

BRÉMOND, Joël (2015) : *Le jambon ibérique : un produit identitaire ?*, in *Revue Internationale d'Études en Langues Modernes Appliquées, Productions et identités locales en contexte de mondialisation*, n° 8, Roumanie [En ligne] Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

BRÉMOND, Joël (2012): *Le vin, objet d'échange ou marqueur identitaire ? Le cas des vins espagnols de Rioja*, in *Synergies*, Roumanie, n° 7, pp. 245-254 [En ligne] Disponible à l'adresse (Date de consultation) : 30/09/2017)

BRÉMOND, Joël (2011) : *Vignobles et vins de Rioja. Rencontre entre l'ancien monde et le nouveau monde ?*, collection Sociétés, Éditions Universitaires de Dijon, Dijon, France

Instituto de Comercio Exterior (3015) : *El mercado del vino en Francia*, febrero 2015, colección Estudios de Mercado. ICEX, España [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.oemv.es/esp/el-mercado-del-vino-en-francia-febrero-2015-1367k.php> (Date de consultation : 30/09/2017)

OIV (2017) : *OIV Focus 2017. Vine varieties distribution in the world*, Organisation Internationale de la Vigne et du Vin, Paris, France [En ligne] Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPÎTRE 3.1

ADEME - Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie ADEME (2012) : *Étude sur la durée de vie des équipements électriques et électroniques* (rapport) [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://ademe.typepad.fr/files/dur%C3%A9e-de-vie-des-eee.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

AGUIRRE, Julio L. (2014) : *Actores, relaciones y estructuras: introducción al análisis de redes sociales*, in Revista académica de la Facultad de Ciencias Sociales Universidad Nacional Lomas de Zamora (UNLZ), Hologramática, n° 20 – VII, Argentine, pp. 161-187 [En ligne]. Disponible à l'adresse http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/1511/holo_n20_pp161_187.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

ALCANTARA PLÁ. Manuel (2017) : *El español de las nuevas tecnologías*. Los libros de la catarata, Ediciones UAM, Madrid, Espagne.

ANCELIN, Claire (1983) : *L'analyse structurelle : le cas du vidéotex*, in revue Futuribles n° 71 [En ligne]. Disponible à l'adresse <https://www.futuribles.com/fr/revue/71/lanalyse-structurelle-le-cas-du-videotex/> (Date de consultation : 30/09/2017)

ARNAUD, Philippe (2012) : « *La troisième révolution industrielle* », de Jeremy Rifkin, in journal Le Monde, Paris, France [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.lemonde.fr/idees/article/2012/01/23/la-troisieme-revolution-industrielle-de-jeremy-rifkin_1633136_3232.html (Date de consultation : 30/09/2017)

BENCHENNA Abdelfettah (2012) : *Les TICS dans les pays des Suds : Quarante années de recherche 1970 – 2010*, in tic&société, vol. 5, n° 2-3, 2^{ème} sem. 2011 / 1^{er} sem. 2012 [En ligne]. Disponible à l'adresse <https://ticetsociete.revues.org/1130> (Date de consultation : 30/09/2017)

BERTAILS, Alexandre, HERMAN, Ivan et HAWKE, Sandro (2010) : *Le Web sémantique*, in Annales des Mines – Réalités industrielles n° 4, France, pp. 84-89 [En

ligne] Disponible à l'adresse <http://www.cairn.info/revue-realites-industrielles1-2010-4-page-84.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

BURCH Sally (2006) : *Société de l'information / Société de la connaissance* [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://vecam.org/archives/article516.html> (Date de consultation : 30/09/2017)

CARON François (1997) : *Les deux révolutions industrielles du XXe siècle*, Éditions Albin Michel, Paris, France.

CARRION Fernando (2010a) : *Ciudad, memoria y proyecto* [En ligne]. Organización Latinoamericana y del Caribe de Centros Históricos (OLACCHI) e I. Municipio de Quito (IMQ). Équateur. Disponible à l'adresse https://works.bepress.com/fernando_carrion/413/ (Date de consultation : 30/09/2017)

CARRION Fernando (2010b) : *Local y global : una aproximación desde el sentido de pertenencia*, in Propositiones vol. 37, Ediciones Sur (Chili) [En ligne]. Disponible à l'adresse https://works.bepress.com/fernando_carrion/454/ (Date de consultation : 30/09/2017)

CASTAÑEDA, Linda et ADELL Jordi (2013) : *La anatomía de los PLEs*, in Entornos Personales de Aprendizaje: Claves para el ecosistema educativo en red, Marfil, Alcoy, Espagne, pp. 11-27 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/30408/1/capitulo1.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

CASTELLS, Manuel (2002) : *La galaxie internet*, Fayard, Paris, France.

CASTELLS, Manuel (1996) : *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Alianza Editorial, S.A., Madrid. Espagne

CASTELLS, Manuel (2010) : *La relación entre Internet y la constitución de una nueva sociedad: la sociedad en red. Conferencia de presentación del programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento*, Universitat Oberta

de Catalunya, Espagne, [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/print.html> (Date de consultation : 30/09/2017)

CHUL HAN, Byung (2005) : *Dans la nuée. Réflexions sur le numérique*, Actes Sud, France.

CUENCA MONTESINO, José María (2014) : *Apropiación de la competencia ética en ENE: el escenario de aprendizaje y las TEP como estrategias procedimentales*, en Actas del V Congreso Internacional de Español para Fines Específicos (CIEFE), Ámsterdam, 2014, pp. 120-134 [En ligne]. Disponible à l'adresse http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/ciefe/pdf/05/cvc_ciefe_05_0014.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

CURIEN, Nicolas et MUET, Pierre-Alain (2004) : *La société de l'information. La documentation française*, Paris, [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/044000180.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

DE SALAS NESTARES, M^a Isabel (2010) : *La publicidad en las redes sociales : de lo invasivo a lo consentido*, in Revista académica de la Facultad de Ciencias Sociales Universidad Nacional Lomas de Zamora (UNLZ), Hologramática, n^o 20 – VII. Argentine, pp. 161-187 [En ligne]. Disponible à l'adresse http://cienciared.com.ar/ra/usr/3/1006/hologramatica13_v2pp25_36.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

DIÉGUEZ, Antonio (2008) : *El determinismo tecnológico : indicaciones para su interpretación*, in Argumentos de Razón Técnica, n^o 8, Editorial Universidad de Sevilla, Sevilla, España [En ligne] Disponible à l'adresse http://institucional.us.es/revistas/argumentos/8/art_4.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

FASTREZ, Pierre (2012) : *Translittératie et compétences médiatiques* [En ligne] Disponible à l'adresse https://halshs.archives-ouvertes.fr/sic_01476963/document (Date de consultation : 30/09/2017)

FORNELL CERVIÀ, Rosa et VIVANCOS MARTÍ, Jordi (2010) : *Educació, el pla TAC de centre*, in col.lecció TAC-1, Departament d'Educació, Generalitat de Catalunya [En ligne]. Disponible à l'adresse http://ateneu.xtec.cat/wikiform/wikiexport/_media/materials/jornades/jt101/departament_educacio_-_el_pla_tac_de_centre_2010.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

FORSÉ, Michel (2008) : *Définir et analyser les réseaux sociaux: Les enjeux de l'analyse structurale*, in Informations sociales, n° 147, (3) [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.cairn.info/revue-informations-sociales-2008-3-page-10.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

GABELAS, José Antonio & LAZO, Carmen Marta & ARANDA, Dani (2012) : *Por qué las TRIC y no las TIC*, in COMeIN, Revista de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación, n° 9, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelone, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero09/articles/Article-Dani-Aranda.html> (Date de consultation : 30/09/2017)

GUEUGNEAU Romain (2017) : *L'iPhone, dix ans de révolution*. Journal électronique Les Echos [En ligne]. Disponible à l'adresse <https://www.lesechos.fr/week-end/business-story/enquetes/0211681429626-liphone-dix-ans-de-revolutions-2056932.php> (Date de consultation : 30/09/2017)

HERNÁNDEZ Y HERNÁNDEZ, Nadia Denise & RAMÍREZ-MARTINELL, Alberto & CASSANY, Daniel (2014) : *Categorizando a los usuarios de sistemas digitales*, in Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación, n° 44, Universidad de Sevilla, Espagne, pp. 113-116 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://dx.doi.org/10.12795/pixelbit.2014.i44.08> (Date de consultation : 30/09/2017)

IFRAH, Laurence (2010) : *L'information et le renseignement par internet*. Collection Que sais-je ? PUF (France).

ISCHY, Frédéric (2002) : *La « société de l'information » au péril de la réflexion sociologique ?*, in *Revue européenne des sciences sociales*, XL-123 / 2002 [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://ress.revues.org/603> (Date de consultation : xxxxx)

KÉPÉCLIAN, Gabriel (2010) : *Du Web aux réseaux sociaux. Visions et mirages. La force d'usage*, in *Transversalités*, 4, n° 116, Paris, France, pp. 17-30 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-transversalites-2010-4-page-17.htm#no6> (Date de consultation : 30/09/2017)

LACELLE, Nathalie et LEBRUN, Monique (2014) : *La littératie médiatique multimodale : réflexions sémiologiques et dispositifs concrets d'application*, in www.leseforum.ch, vol. 2, Suisse [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.forumlecture.ch/myUploadData/files/2014_2_Lacelle_Lebrun.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

LE DEUFF, Olivier (2007) : *Le succès du Web 2.0 : histoire, techniques et controverse*, in HAL id : sic_00133571 [En ligne]. Disponible à l'adresse https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00133571 (Date de consultation : 30/09/2017)

LOZANO, Roser (2011) : *De las TIC a las TAC : tecnologías del aprendizaje y el conocimiento*. Anuario ThinkEPI, Análisis de tendencias en información y documentación, vol. 5. Editorial UOC. Espagne [En línea] Disponible à l'adresse <https://recyt.fecyt.es//index.php/ThinkEPI/article/view/30465> (Date de consultation : 30/09/2017)

MADÉLIN, Alain (2016) : *Mort du futurologue Alvin Toffler* [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.contrepoints.org/2016/07/01/33650-mort-alvin-toffler> (Date de consultation : 30/09/2017)

MATTELART, Armand (2007) : *Qui contrôle les concepts ?*, *Le Monde Diplomatique*, Paris, Franc, p. 23.

MELODY, William H (2015) : *Technologies de l'information et des communications*, in *Historica Canada* [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.encyclopediecanadienne.ca/fr/article/communications-technologies-de-linformation-et-des-tic/> (Date de consultation : 30/09/2017)

MUET, Pierre Alain (2006) : *Impacts économiques de la révolution numérique*, in *Revue économique*, vol. 57, n° 3, Presses de Sciences Po, France, pp. 347-376 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.cairn.info/revue-economique-2006-3-page-347.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

OCDE – Organisation de Coopération et de développement économiques (2000) : *La littératie à l'ère de l'information*. Rapport final de l'enquête internationale sur la littératie des adultes [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.oecd.org/fr/education/innovation-education/39438013.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

PARRILLA LOZANO Leonor & ZAPATA CADAVID Bárbara (2009) : *Redes sociales, participación e interacción social*, in *Trabajo social*, n° 11, Bogotá, Colombie, pp. 147-158 [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://revistas.unal.edu.co/index.php/tsocial/article/view/14583> (Date de consultation: 30/09/2017)

PUREN Christian (2008) : *La perspective de l'agir social sur les contenus de connaissance en classe de langue : de la compétence communicative à la compétence informationnelle*. Conférence inaugurale des « Rencontres FLE » de Barcelone [En ligne]. Disponible à l'adresse <https://www.christianpuren.com/mes-travaux/2008b/> (Date de consultation : 30/09/2017)

REIG, Dolors (2012) : *Disonancia cognitiva y apropiación de las TIC*, in *Cuadernos de Comunicación e Innovación*, revista TELOS, n° 90, Fundación Telefónica, Espagne, pp. 9-10 [En ligne] Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

ROUFF, Katia (2013) : *L'émancipation par l'empowerment*, in revue Lien Social, n° 1123, France [En ligne]. Disponible à l'adresse https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/04/28/pymes/1493386880_283865.html (Date de consultation : 30/09/2017)

SAUVAJOL-RIALLAND, Caroline (2014) : *Surcharge informationnelle en entreprise. L'infobésité, réalité ou illusion ?*, in Cahiers de la documentation – Blanden voor documentatie – 2014/1, ABD BVD, Association belge de documentation, Bruxelles, Belgique [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.abd-bvd.be/wp-content/uploads/2014-1_Sauvajol-Rialland.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

SCHNAPPER, Dominique (2014) : *L'individu incertain... Les 11 « vents dominants »*, in Trust Management Institute [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.trust-management-institute.org/uploads/TMI-note-individu-incertain.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

SIGNORET, Perrine (2017) : *Retour du Nokia 3310 : pourquoi ce téléphone est-il aussi mythique ?* [En ligne]. Disponible à l'adresse http://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/02/27/retour-du-nokia-3310-pourquoi-ce-telephone-est-il-aussi-mythique_5086360_4408996.html (Date de consultation : 30/09/2017)

TILLINAC Jean (2006) : *Le Web 2.0 ou l'avènement du client ouvrier*, in Quaderni, n° 60. La critique culturelle, positionnement journalistique ou intellectuel ? pp 19-24 [En ligne]. Disponible à l'adresse http://www.persee.fr/doc/quad_0987-1381_2006_num_60_1_2053 (Date de consultation : 30/09/2017)

TORDJMAN Hélène *et ali.* (2014) : « *La Troisième Révolution* » de Rifkin n'aura pas lieu, in journal Libération, Paris. France [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.liberation.fr/terre/2014/10/21/la-troisieme-revolution-de-rifkin-n-aura-pas-lieu_1126521 (Date de consultation : 30/09/2017)

TRAN, Sébastien (2011) : *Une revue de littérature sur le Web 2.0*, in Cahier de recherche n° 76, EM Normandie, France [En ligne], Disponible à l'adresse

http://www.ecole-management-normandie.fr/upload/editeur/CR76___version_electronique.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

VERLEY Patrick (2015) : *Révolution industrielle / Industrialisation, innovations, organisations*, in *Marché et organisations* n° 23, pp. 61-76 [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.cairn.info/revue-marche-et-organisations-2015-2-page-61.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

VOGELSTEIN, Fred (2013) : *And The Steve Said, 'Let There Be an iPhone'* [En ligne]. Disponible à l'adresse http://www.nytimes.com/2013/10/06/magazine/and-then-steve-said-let-there-be-an-iphone.html?pagewanted=all&_r=3& (Date de consultation : 30/09/2017)

WOODY HORTON Jr, Forest (2008) : *Introduction à la maîtrise de l'information*, in *Programme Information pour tous - Secteur de la communication et de l'Information*, UNESCO [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001570/157020f.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

WATERSCHOOT Christiane (2012) : *Du Web 1. au Web 4.0* [En ligne]. Disponible à l'adresse <https://c-marketing.eu/du-web-1-0-au-web-4-0/> (Date de consultation : 30/09/2017)

BILBIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPÎTRE 3.2

ARENDDT, Hannah (2002) : *Condition de l'homme moderne*, collection Agora, Poche, Paris, France.

BALLARINI Loïc (2010) : *L'espace public au-delà de l'agir communicationnel. Quatre renversements de perspective pour sortir des impasses du modèle habermassien*, in Sciences de l'Homme et Société, Université Paris VIII Vincennes-Saint Denis, France [En ligne] Disponible à l'adresse <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00573282> (date de consultation : 30/09/2017)

BARNES, John A (2013) : *Classe sociales et réseaux dans une île de Norvège*, in Réseaux 2013/6, n° 182, France, pp. 209-237 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2013-6-page-209.htm> (date de consultation : 30/09/2017)

BARTLETT, Charles (1939) : *The Study of Society. Methods and Problems*. Kegan Paul, Trench, Trubner & Co., LTD. London, Royaume Uni [En ligne]. Disponible à l'adresse <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.164055> (date de consultation : 30/09/2017)

BAUMAN, Zygmunt (2000) : *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica, Argentine.

BERTHIER, Stéphanie (2015) : *Le digital et les marques : le renouveau stratégique de la relation client* [En ligne] Mémoire de master disponible à l'adresse http://stephbrt.fr/wp-content/uploads/2015/11/Memoire-MCD-MIS_2015.pdf (date de consultation : 30/09/2017)

BIGOT, Régis (2001) : *Quelques aspects de la sociabilité des Français*, in Cahier de Recherche n° 169, Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vice – CREDOC, Paris, France [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C169.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

BOYD, Danah (2007) : *Social network sites : public, private or what ?*, in Knowledge Tree n° 13 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.danah.org/papers/KnowledgeTree.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

BOYD, Danah et ELLISON, Nicole B. (2008) : *Social Network Sites : Definition, History and Scholarship*, in Journal of Computer-Mediated Communication, n° 13, International Communication Association, États-Unis, pp. 210-230 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/epdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

CASILLO, Ilaria (2013) : *Espace public*, in Dictionnaire critique et interdisciplinaire de la participation, GIS Démocratie et Participation, Paris, France [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.participation-et-democratie.fr/it/dico/espace-public> (Date de consultation : 30/09/2017)

CASTELLS, Manuel (2010) : *La relación entre Internet y la constitución de una nueva sociedad: la sociedad en red. Conferencia de presentación del programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento*, Universitat Oberta de Catalunya, Espagne, [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/print.html> (Date de consultation : 30/09/2017)

CHAZAL, Dominique et NORMAND, Romuald (2007) : *Le foulard dévoilé : le proche à l'épreuve du droit dans l'espace scolaire*, in Revue Éducation et Sociétés, 2007/1, n° 19, France, pp. 33-52 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://ife.ens-lyon.fr/publications/edition-electronique/education-societes/RE019-3.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

CAUDRON, Damien (2014) : *Habitat et modes de vie. Un état des savoir théoriques et des pistes de réflexion appliquées*, Tome n° 1, Agence d'urbanisme pour le développement de l'agglomération lyonnaise, Lyon, France [En ligne] http://www.urbalyon.org/AffichePDF/Observatoire_Partenerial_Habitat_-PLU-H_-_Habitat_et_modes_de_vie_Tome_1_-

_un_etat_des_savoirs_theoriques_et_des_pistes_de_reflexion_appliquees-3592

Disponible à l'adresse (date de consultation : 30/09/2017)

DE KERCKHOVE, Derrick (2005) : *Los sesgos de la electricidad*. Lección inaugural del curso académico 2005-2006 de la UOC. Universitat Oberta de Catalunya [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.uoc.edu/inaugural05/esp/kerckhove.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

DESCHENAUX Frédéric, LAFLAMME, Claude (2009) : *Réseau social et capital social : une distinction conceptuelle nécessaire illustrée à l'aide d'une enquête sur l'insertion professionnelle de jeunes Québécois*, in SociologieS, Théories et recherches [En ligne] Disponible à l'adresse <https://sociologies.revues.org/2902> (Date de consultation : 30/09/2017)

DURKHEIM, Émile (1913-1914) : *Pragmatisme et sociologie*. Cours inédit prononcé à La Sorbonne en 1913-1914 et restitué par Armand Cuvillier d'après des notes des étudiants, Jean Virin, Paris, 1955 [En ligne] Disponible à l'adresse http://classiques.uqac.ca/classiques/Durkheim_emile/pragmatisme_et_socio/pragmatisme_socologie.pdf (date de consultation : xxxx)

ECHEVARRÍA, María de la Paz et GRASSI, Luciano (2012) : *“El espacio público virtual no sustituye al físico e incluso lo puede enriquecer”*. Entrevista a Jordi Borja, urbanista catalán, in Revista Tram[p]as de la comunicación y la cultura, n° 71 / octubre, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de la Plata, Argentine.

FERRAND Alexis et DE FEDERICO, Ainhoa (2013) : *L'analyse des réseaux sociaux en France : émergence (1977-1991) et diffusion des compétences (2005-2013)*, in Socio-logos. Revue de l'association française de sociologie, 8/2013, France [En ligne] Disponible à l'adresse URL : <http://sociologos.revues.org/2794> (Date de consultation : 30/09/2017)

FERRAND Alexis et DE FEDERICO, Ainhoa (2006) : *Méthodes d'analyse des réseaux sociaux*, in Encyclopédie de Démographie : analyse et synthèse, VIII

Observation méthodes auxiliaires, enseignement et recherche, Éditions de l'Institut National d'Études Démographiques, INED, Paris, France, pp. 465-501

FORSÉ, Michel (2008) : *Définir et analyser les réseaux sociaux. Les enjeux de l'analyse structurale*, in Informations sociales 2008/3, n° 147, France, pp. 10-19 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-informations-sociales-2008-3-page-10.htm> (date de consultation : 30/09/2017)

GALLEGO DUEÑAS, Francisco Javier (2016) : *La intimidad del WhatsApp. TIC, intimidad y cambio social*, in XII Congreso Español de Sociología, Gijón, Espagne, [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.fes-sociologia.com/la-intimidad-del-whatsapp-tic-intimidad-y-cambio-social/congress-papers/3544/> (Date de consultation : 30/09/2017)

GARCÍA MARTÍNEZ, Verónica et FABILA ECHAURI, Angélica María (2014) : *Nomofila vs. Nomofobia, irrupción del teléfono móvil en las dimensiones de vida de los jóvenes. Un tema pendiente para los estudios de comunicación*, in revista Razón y Palabra, Comunicación y ciudadanía, n° 86, Mexique [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.razonypalabra.org.mx/N/N86/V86/26_GarciaFabila_V86.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

HABERMAS, Jürgen (1997) : *Droit et démocratie. Entre faits et normes*, NRF Essais, Gallimard, Paris, France.

KANT, Emmanuel (1994) : *Métaphysique des mœurs*. Tome II. Doctrine du Droit. Doctrine de la vertu, Flammarion, Paris, France.

KAUFMANN, Vincent (2005) : *Mobilités et réversibilités : vers des sociétés plus fluides ?*, in Cahier internationaux de sociologie, 2005/1, n° 118, France, pp. 119-135 [En ligne] Disponible à l'adresse www.cairn.info/revue-cahier-internationaux-de-sociologie-2005-1-page-119.htm (Date de consultation : 30/09/2017)

KEFI, Hajer (2010) : *Culture, action et réseaux sociaux numériques : l'analyse de M. Archer revistée*, in Management et Avenir, 2010/9 n° 39, Prospective & Avenir,

France, pp. 265-282 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2010-9-page-265.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

LEFEBVE, Vincent (2010) : *Hannah Arendt nous aide-t-elle à penser l'espace public ?*, in Scènes, Revue de La Belonne, Maison du Spectacle, n° 29, Belgique, [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.philodroit.be/IMG/pdf/20110616122150155.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

LORENZO ROMERO, Carlota, ALARCÓN DE AMO, María del Carmen, GÓMEZ BORJA, Miguel Ángel (2011) : *Adopción de redes sociales virtuales : ampliación del modelo de aceptación tecnológica integrando confianza y riesgo percibido*, in Cuadernos de economía y Dirección de Empresa CEDE, n° 14, Espagne, pp. 194-205 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138575811000363> (Date de consultation : 30/09/2017)

MAIGROT, Cédric, KIJAK, Ewa, CLAVEAU, Vicent (2017) : *Détection de fausses informations dans les réseaux sociaux : l'utilité des fusions de connaissances*, in actes du 14 French Infomatio Retrieval Conference, Marseille, France [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.asso-aria.org/lp/2017/coria.2017.11.html> (Date de consultation : 30/09/2017)

MÁRQUEZ, Israel (2017) : *El Smartphone como metamedio*, in Observatorio OBS* Journal, vol 11, n° 2, Portugal, pp. 61-71 [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1033> (Date de consultation : 30/09/2017)

MERCKLÉ, Pierre (2013) : *La « découverte » des réseaux sociaux. À propos de John A. Barnes et d'une expérience de traduction collaborative ouverte en sciences sociales*, in Réseaux 2013/6, n° 182, France, pp. 187-208 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-reseaux-2013-6-page-187.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

MERCKLÉ, Pierre (2003) : *Les réseaux sociaux. Les origines de l'analyse des réseaux sociaux*, in CNED / ens-Ish 2003-2004, France [En ligne] Disponible à l'adresse <http://docplayer.fr/17445962-Les-origines-de-l-analyse-des-reseaux-sociaux.html> (Date de consultation : 30/09/2017)

MORENO, Jacob Levy (1954 [1934]) : *Fondements de la sociométrie*, Presses Universitaires de France, Paris, France.

MUSSO, Pierre (2007) : *Réseau*, in Nouveaux mots du pouvoir : fragments d'un abécédaire, Quaderni n° 63, printemps 2007, France, pp. 82-84 [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.persee.fr/docAsPDF/quad_0987-1381_2007_num_63_1_1791.pdf (date de consultation : 30/09/2017)

NEYKOVA, Niya (2014) : *Nouvelles formes de communication – Nouvelles formes de communauté. (Les téléphones cellulaires et les cultures contemporaines des jeunes en Bulgarie)*, Sociologie, Université Jean Monnet - Saint-Étienne, France [En ligne] Thèse doctorale disponible à l'adresse <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01171352> (Date de consultation : 30/09/2017)

NEUMAN, Alexander (2014) : *L'espace public oppositionnel : lorsque l'oïkos danse à l'agora*, in Sens public, Revue Internationale [En ligne]. Disponible à l'adresse http://www.sens-public.org/IMG/pdf/SensPublic_alexander_neumann.pdf (date de consultation : 30/09/2017)

PAQUOT, Thierry (2009) : *L'espace public*, collection Repères, La Découverte, Paris, France.

PARROCHIA, Daniel (2005) : *Quelques aspects historiques de la notion de réseau*, in Flux, Metropolis, n° 62, 2005/4, France, pp. 10-20 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-flux1-2005-4-page-10.htm> (date de consultation : 30/09/2017)

POIRIER, Jean-François et PROUST, Françoise (1991) : *Kant. Vers la paix perpétuelle. Que signifie s'orienter dans la pensée ? Qu'est-ce que les Lumières ?*, Flammarion, Paris, France.

ROS-MARTÍN, Marcos (2009) : *Evolución de los servicios de Redes Sociales en Internet*, in *El Profesional de la Información*, vol. 18, n° 5, Espagne, pp. 552-558 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.documentalistaenredado.net/contenido/2009/art-ros-redes-sociales.pdf> (date de consultation : 30/09/2017)

SENNETT, Richard (1978) : *El declive del hombre público*, Ed. Paidós Comunicación, Barcelone, Espagne

VIAL, Stéphane (2016) : *La fin des frontières entre réel et virtuel : vers le monisme numérique*, in *Frontières numériques et artefacts*, France, pp. 135-146 [En ligne]. Disponible à l'adresse <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01516823/document> (Date de consultation : 30/09/2017)

BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPITRE 3.3

ABDELGHAFAR ELSAYED, Ahmed Samir (2014) : *Code Swiching in WhatsApp Messages among Kuwaiti High School Students*, Huw Bell Department of Languages, Manchester Metropolitan University, Royaume Uni [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.awej.org/images/Theseanddissertation/AhmedSamir/ahmedsamirfullthesis.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

ALCÁNTARA PLÁ, Manuel (2017) : *Palabras invasoras. El español de las nuevas tecnologías*. Colección investigación y debate, Los libros de la Catarata, UAM ediciones, Madrid, Espagne.

ALCÁNTARA PLÁ, Manuel (2014) : *Las unidades discursivas en los mensajes instantáneos de wasap*, in *Estudios de lingüística del español*, n° 35 / 1, Espagne, pp. 214-233 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://infoling.org/elies/35/elies35.1-9.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

ANDÚJAR VACA, Alberto, CRUZ MARTÍNEZ, María Soledad (2017) : *Mensajería instantánea móvil : WhatsApp y su potencial para desarrollar las destrezas orales*, in *Revista Comunicar, Tecnologías y Segundas Lenguas*, n° 50, XXV, Espagne, pp. 43-52 [En ligne] Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

ARGENTIN, Tamara (2016). Jan Koum : *Comment je suis passé d'homme de ménage à milliardaire en créant WhatsApp*. LVDPS Info [En ligne]. Disponible à l'adresse http://www.lvdps.info/Jean-Koum-Comment-je-suis-passe-d-homme-de-menage-a-milliardaire-en-creant-WhatsApp_a22796.html

BATHES, Roland (1981) : *Le grain de la voix. Entretiens. 1962 – 1980*, Éditions du Seuil, Paris

BERNICOT, Josie (2014) : *Les SMS, une menace pour l'orthographe des adolescents ?*, in *Communiqué de presse du CNRS* [En ligne] Disponible à l'adresse

<http://www2.cnrs.fr/presse/communique/3475.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

BERNICOT, Josie, VOLCKAERT-LEGRIER, Olga, GOUMI, Antonine, BERTERBOUL, Alain (2012) : *SMS Experience and Textisms in Young Adolescents : Presentation of a Longitudinally Collected Corpus*, in *Lingvisticae Investigationes*, n° 35, issue n° 2, pp. 181-198 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://hal-univ-tours.archives-ouvertes.fr/hal-01392596/document> (Date de consultation : 30/09/2017)

BOLAÑOS, David (2017) : *WhatsApp para pymes, la nueva versión que está en desarrollo*, in *El País economía*, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/04/28/pymes/1493386880_283865.html (Date de consultation : 30/09/2017)

BORDEAU, Jeanne (2016) : *Le P-DG doit être le premier « storyteller » de l'entreprise*, in *Harvard Business Review France* [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.hbrfrance.fr/chroniques-experts/2016/08/11796-le-p-dg-doit-etre-le-premier-storyteller-de-lentreprise/> (Date de consultation : 30/09/2017).

BORDEAU, Jeanne (2014) : *La vraie révolution digitale est une révolution du langage*, in *Harvard Business Review France* [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.hbrfrance.fr/chroniques-experts/2014/06/2588-la-vraie-revolution-digitale-est-une-revolution-du-langage/> (Date de consultation : 30/09/2017).

BRIZ GÓMEZ, Antonio (2014) : *Hablar electrónicamente por escrito*, in *Chimera, Romance Corpora and Linguistic Studies* 1, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse <https://revistas.uam.es/index.php/chimera/article/view/255> (Date de consultation : 30/09/2017)

BRIZ GÓMEZ, Antonio (2003) : *Un sistema de unidades para el estudio del lenguaje coloquial*, in *Oralia*, n°6, Espagne, pp. 7-61 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://infoling.org/elies/35/elies35.1.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

BRIZ GÓMEZ, Antonio (2001) : *El español coloquial en la conversación*. Ariel Lingüística, Barcelone, Espagne

BUCIO GARCÍA, Jackeline (2017) : *Hablar por escrito, nuevas habilidades de comunicación en la digitalidad*, in *Revista Digital Universitaria*, vol. 18, n° 3, Mexique [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.revista.unam.mx/vol.18/num3/art25/> (Date de consultation : 30/09/2017)

CALERO VAQUERA, María Luisa (2014) : *El discurso del WhatsApp: entre el Messenger y el SMS*, in *Revista Oralia*, vol. 17, Espagne, pp. 87-116 [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.academia.edu/9403334/El_discurso_del_WhatsApp_entre_el_Messenger_y_el_SMS (Date de consultation : 30/09/2017)

CALSAMIGLIA BLANCAFORT, Helena et TUSÓN VALLS, Amparo (1999) : *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, Editorial Ariel S.A., Barcelone, Espagne.

CAMACHO MADRIGAL, Omar Eduardo (2007) : *Ola k Ase'. Escribiendo o k ase. Comunicarse en tiempos digitales*, in *Entretextos*, n° 15, (niversidad Iberoamericana de León, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

CARLSON, Nicholas (2014) : *The Inside Story Of How Facebook Bought WhatsApp for \$19 Billion*, in *Business Insider France* [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.businessinsider.fr/us/the-story-of-facebooks-whatsapp-buy-2014-2/> (Date de consultation : 30/09/2017)

CARRASCO MAYANS, Sergio (2016) : *La alegalidad o limbo legal de la prueba electrónica*, in *La prueba electrónica. Validez y eficacia procesal*, Colección desafíos legales #RetoJCF, Juristas con futuro, Espagne, pp. 40-49 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://ecija.com/wp-content/uploads/2016/09/EBOOK-Sept16PruebaElectronicagran-final.pdf> (date de consultation : 30/09/2017)

CASSANY I COMAS, Daniel (2016) : *La corrección de los escritos : del rojo a la nube*, in Revista Textos, Didáctica de la lengua y de la literatura, nº 71, Espagne, pp. 38-43

CASSANY I COMAS, Daniel (2015) : *Las ortografías en Internet: exploración, datos y reflexiones*, in Estudios sobre ortografía del español, Colección Ariadna nº 11, Editorial Axac, Lugo, Espagne, pp. 13-26

CASSANY I COMAS, Daniel (2014) : *Leer en línea en el aula*, in Revista peruana de investigación educativa, nº 6, Pérou, pp. 63-67

CASSANY I COMAS, Daniel (2013a) : *¿Cómo se lee y escribe en línea?*, in Revista Electrónica Leer, Escribir y Descubrir [RELED], vol. 1, nº 1, Comité Latinoamericano de Desarrollo de la Lectura y la Escritura de la International Literacy Association, International Reading Association, Université de Floride, États-Unis pp. 1-24 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://digitalcommons.fiu.edu/led/vol1/iss1/1/> (Date de consultation : 30/09/2017)

CASSANY I COMAS, Daniel (2013b) : *Leer en tiempos de Internet*, in Peonza, Revista de literatura infantil y juvenil, Santander, Espagne, pp. 35-41

CASSANY I COMAS, Daniel (2010) : *La Letra digital y sus poderes*, in La lectura, anejos Arbor, nº 3, CSIC y La Catarata, Madrid, Espagne, pp. 183-200 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://editorial.csic.es/publicaciones/libros/11882/978-84-00-09097-5/la-lectura.html> (Date de consultation : 30/09/2017)

CASSANY I COMAS, Daniel (2003) : *Escritura electrónica*, in revista Cultura y Educación C&E, nº 15 vol. 3, pp. 239-251 [En ligne] Disponible à l'adresse https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/27137/cassany_cye_escr.pdf?sequence=1 (Date de consultation : 30/09/2017)

CREMADES, Raúl, MAQUEDA CUENCA, Eugenio et ONIEVA Juan Luis (2016) : Posibilidades didácticas de la escritura digital ubicua en la aplicación WhatsApp

Messenger, in *Revista Letral*, n° 16, pp.106-120 [En ligne] Disponible à l'adresse
(Date de consultation : 30/09/2017)

CRYSTAL, David (2004) : *Language and the Internet*, Cambridge University Press, Royaume Uni [En ligne] Disponible à l'adresse
http://medicine.kaums.ac.ir/uploadedfiles/files/language_and_%20the_internet.pdf
(Date de consultation : 30/09/2017)

CURIEN, Nicolas et MUET, Pierre-Alain (2004) : *La société de l'information*, in *La Documentation française*, Paris, France [En ligne] Disponible à l'adresse
<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/044000180.pdf>
(Date de consultation : 30/09/2017)

FARÍAS FARÍAS, Miguel (2008) : *El ciberlecto de las salas de chateo: ¿conversación escrita o escritura conversada?*, in *Revista Forma y Función* n° 21, Bogotá, Colombia, pp. 347-360 [En ligne] Disponible à l'adresse
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-338X2008000100015 (date de consultation : 30/09/2017)

FIORE, Natalia Silviana (2016) : *Relaciones productivas y conflictivas entre lengua oral y lengua escrita. ¿Qué prácticas y qué herramientas modulan la lengua?*, in *El toldo de Astier, Propuestas y estudios sobre enseñanza de la lengua y la literatura*, n° 13. Cátedra de didáctica de la lengua y la literatura I. Departamento de Letras. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de la Plata, Argentine, pp. 90-102 [En ligne] Disponible à l'adresse
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/57106/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1 (Date de consultation : 30/09/2017)

GADET, Françoise (2007) : *De quelques principes fondamentaux sur l'oral*, in *Construire une problématique de l'oral*, Séminaire doctoral de Sciences du Langage (3 juin), Université de Paris Nanterre, France [En ligne] Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

GALLEGO DUEÑAS, Francisco Javier (2016) : *La intimidad del WhatsApp. TIC, intimidad y cambio social*, in XII Congreso Español de Sociología, Gijón, Espagne, [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.fes-sociologia.com/la-intimidad-del-whatsapp-tic-intimidad-y-cambio-social/congress-papers/3544/> (Date de consultation : 30/09/2017)

GARCÍA ARRIOLA, Manuel (2014) : *Análisis de un corpus de conversaciones en WhatsApp. Aplicación del sistema de unidades conversacionales propuesto por el grupo VAL.ES.CO*, in Facultade de Filoloxía, Universidade da Coruña, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse <http://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/13852> (Date de consultation : 30/09/2017)

GARZÓN BOHÓRQUEZ, Aída Patricia (2016) : *Influencia de las TIC en la escritura juvenil contemporánea*, in Actualidades Pedagógicas, n° 68, Colombie, pp. 135-157 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://dx.doi.org/10.19052/ap.3745> (Date de consultation : 30/09/2017)

GONZÁLEZ, Carlos (2017) : *WhatsApp para pymes llegará como nueva app para empresas*, in ADSL Zone, Espagne [En ligne]. Disponible à l'adresse <https://www.adslzone.net/2017/04/28/whatsapp-para-pymes-llegara-como-nueva-app-para-empresas/> (Date de consultation : 30/09/2017)

GUEUGNEAU Romain (2017) : *L'iPhone, dix ans de révolution*. Journal électronique Les Echos. [En ligne]. Disponible à l'adresse <https://www.lesechos.fr/week-end/business-story/enquetes/0211681429626-liphone-dix-ans-de-revolutions-2056932.php> (Date de consultation : 30/09/2017)

HADI-DENOUEIX, Mandana (2014) : *Étude des caractéristiques discursives et sociales de l'écrit numérique : de la communication écrite médiée à la co-construction interactive de l'écrit socio-numérique*, in Linguistique, Aix-Marseille Université, France [En ligne] Disponible à l'adresse <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00955599> (Date de consultation : 30/09/2017)

HAROCHE, Claudine (2004) : *Manières de regarder dans les sociétés démocratiques contemporaines*, in *Le sens du regard*, Communications, n° 75, pp. 147-169 [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_2004_num_75_1_2148 (Date de consultation : 30/09/2017)

HERRING, Susan C. (1996) : *Computer-Mediated Communication: Linguistic, social, and cross-cultural perspectives*. John Benjamins Publishing Company, Amsterdam / Philadelphia.

HOLGADO LAGE, Anaís, RECIO DIEGO, Álvaro (2013) : *La oralización de textos digitales: usos no normativos en conversaciones instantáneas por escrito*, in *Revista Caracteres*, Estudios culturales y críticos de la esfera digital, vol. 2, n° 2, Espagne, pp. 92-108 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://revistacaracteres.net/revista/vol2n2noviembre2013/oralizacion-de-textos-digitales> (Date de consultation : 30/09/2017)

INGRAM, David et NELLIS, Stephen (2017) : *WhatsApp test business chat tools in search for revenue*, in Reuters [En ligne]. Article de presse disponible à l'adresse <http://www.reuters.com/article/us-facebook-whatsapp-idUSKBN16F2R9> (Date de consultation : 30/09/2017)

JIMÉNEZ CANO Rosa (2017) : *WhatsApp ya cobra a los negocios*. Journal électronique El País [En ligne]. Disponible à l'adresse https://elpais.com/tecnologia/2017/09/05/actualidad/1504643350_243436.html (Date de consultation : 30/09/2017)

JIMÉNEZ CANO Rosa (2014) : *La venganza de Acton y Koum*. Journal électronique El País. [En ligne]. Disponible à l'adresse http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/02/20/actualidad/1392890212_667919.html (Date de consultation : 30/09/2017)

JIMÉNEZ VICARIO, Pedro Miguel, CICERA TORTOSA, Amanda (2013) : *La red social : del ágora al WhatsApp*, in *International Conference Virtual City and Territory*. IX Congresso Città e Territorio Virtuale, Università degli Studi Roma Tre, Roma,

Italia, pp. 1112-1122 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://upcommons.upc.edu/handle/2099/16409> (Date de consultation : 30/09/2017)

LASÉN DÍAZ, Amparo, CASADO, Elena (2014) : *Mediaciones tecnológicas. Cuerpos, afectos y subjetividades*. CIS. Madrid, Espagne, pp. 19-35

LASÉN DÍAZ, Amparo (2009) : *Tecnologías afectivas: de cómo los teléfonos móviles participan en la constitución de subjetividades e identidades*, in *Tecnología, cultura experta e identidad en la sociedad del conocimiento*, Universidad del País Vasco, Bilbao, Espagne, pp. 215-248.

LASÉN DÍAZ, Amparo (2006) : *La presencia y uso de los teléfonos móviles en los espacios públicos urbanos*, in *Revista de arquitectura Formas de Arquitectura y Arte*, vol. 16, Colegio de Arquitectos de Ciudad Real, Espagne, pp. 42-49.

LEFILLIÂTRE Jérôme (2014) : *Qui est Jan Koum, le fondateur ukrainien de WhatsApp ?* Journal électronique Challenges. [En ligne]. Disponible à l'adresse https://www.challenges.fr/high-tech/qui-est-jan-koum-le-fondateur-ukrainien-de-whatsapp-l-application-rachetee-par-facebook_165790 (Date de consultation : 30/09/2017)

LERMITE, Charlène (2015) : *Avec Wasify, WhatsApp se met à la relation client*, in *LSA Commerce connecté* [En ligne]. Article de presse disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

LÓPEZ ALONSO, Covadonga (2014) : *Análisis del discurso*, Editorial Síntesis, Madrid, Espagne.

LÓPEZ ALONSO, Covadonga, SERÉ, Arlette (2003b) : *Nuevos géneros discursivos: los textos electrónicos*, Editorial Biblioteca nueva, Madrid, Espagne

LÓPEZ ALONSO, Covadonga (2003a) : *Mode d'interaction dans le courrier électronique*, in *Lidil*, n° 28, France, pp. 109-120 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://lidil.revues.org/1793> (Date de consultation : 30/09/2017)

LÓPEZ-CANTOS, Francisco (2017) : *WhatsApp. Hábitos de uso y construcción de identidad visual con mensajería móvil*, in Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes Icono14, vol. 15, nº 2, Espagne, pp. 70-91 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/996/648> (date de consultation : 30/09/2017)

LÓPEZ QUERO, Salvador (2017) : *Conversación escrita y conversación oral: análisis comparativo*, in Revista Tonos digital, nº 32, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.tonosdigital.com/ojs/index.php/tonos/article/view/1638> (Date de consultation : 30/09/2017)

LÓPEZ QUERO, Salvador (2013) : *La conversación escrita en internet: caracterización pragmlingüística*, in Sintagma, revista de lingüística, ° 25, Espagne, pp. 77-92 [En ligne] Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

LÓPEZ QUERO, Salvador (2003) : *El diminutivo: de recurso morfológico a estrategia pragmática de la conversación virtual*, in Revista de Filología ALFINGE, nº 15, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/alfinge/article/view/6873> (Date de consultation : 30/09/2017)

LIU, Yao et GOU, Lei (2014) : *An empirical Study of video messaging services on smartphones*, in NOSSDAV 2014 Proceedings of on Network and Operating Systems Support for Digital Audio and Video Singapore. Disponible à l'adresse <https://pdfs.semanticscholar.org/f882/90cc7b9be0455f6b063b07c0ee84c5e04ea2.pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

MAEZTU LA CALLE, David (2016 : 98-103) : *¿Puede WhatsApp (u otro prestador de servicios de comunicaciones) certificar el contenido de una comunicación?*, in La prueba electrónica. Validez y eficacia procesal, Colección desafíos legales #RetoJCF, Juristas con futuro, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse <http://ecija.com/wp-content/uploads/2016/09/EBOOK-Sept16PruebaElectronicagran-final.pdf> (date de consultation : 30/09/2017).

MARTIN GASCUEÑA, Rosa (2016) : *La conversación guasap*, in Revista Pragmática Sociocultural Soprag vol. 4, n° 1, De Gruyter Mouton, Stockholm, Suède, pp. 108-134 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.degruyter.com/view/j/soprag.2016.4.issue-1/soprag-2015-0010/soprag-2015-0010.xml> (Date de consultation : 30/09/2017)

MERINO, Pedro Pabro (2015) : *Nace WASIFY, nueva solución de atención al cliente por medio de WhatsApp*, in ecommercenews [En ligne]. Article disponible à l'adresse <http://ecommerce-news.es/marketing-social/nace-wasify-nueva-solucion-de-atencion-al-cliente-por-medio-whatsapp-33021.html> (Date de consultation : 30/09/2017)

MODICOM, Pierre-Yves (2015) : *L'opposition oralité – scripturalité dans l'analyse de discours / textes : une introduction au programme de Koch & Oesterreicher*, in Atelier du groupe élis, Université Paris – Sorbonne, France [En ligne] Disponible à l'adresse <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01242845v2> (date de consultation : 30/09/2017)

MUET, Pierre-Alain (2006) : *Impacts économiques de la révolution numérique*, in Revue économique, vol. 17 / 3, Presses de SciencesPo (P.F.N.S.P), pp. 347-375 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.cairn.info/revue-economique-2006-3-page-347.htm> (Date de consultation : 30/09/2017)

MÚGICA ORTIZ, Carlos (2015) : *Rediseño de la plataforma milhistorias.es e integración de WhatsApp a su ecommerce*, Madrid, Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/3542/MUGICA%20ORTIZ%2c%20CARLOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Date de consultation : 30/09/2017)

OLSON, Parmy (2014) : *Exclusive: The Rags-To-Riches Tale Of How Jan Koum Built WhatsApp Into Facebook's New \$19 Billion Baby* [En ligne]. Disponible à l'adresse <https://www.forbes.com/sites/parmyolson/2014/02/19/exclusive-inside-story-how-jan-koum-built-whatsapp-into-facebooks-new-19-billion-baby/#3401f6d42fa1> (Date de consultation : 30/09/2017)

PANCKHURST, Rachel (1997) : *La communication médiatisée par ordinateur ou la communication médiée par ordinateur ?*, in Terminologies nouvelles, Réseau International de néologie et de terminologie, n° 17, Agence de la francophonie et la Communauté française de Belgique, Belgique pp. 56-58 [En ligne] Disponible à l'adresse http://termisti.ulb.ac.be/rifal/PDF/tn17/tn17_Panckhurst.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

PANO ALAMÁN, Ana, MOYA MUÑOZ, Patricio (2016) : *Una aproximación a los estudios sobre el discurso mediado por ordenador en lengua española*, in Tonos digital, Revista electrónica de estudios filológicos, n° 30, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse <https://digitum.um.es/xmlui/handle/10201/47991> (Date de consultation : 30/09/2017)

PÉREZ GAZTETU, Elixabete, ZULAIKA IJURKO, Esther (2014) : *Comunicarse escribiendo en las redes*, in Revista de la Asociación española de Investigación de la comunicación, vol. 1, n° 1, Espagne, pp. 117-128 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.revistaeic.eu/index.php/raeic/article/view/8> (Date de consultation : 30/09/2017)

PERLADO LAMO DE ESPINOSA, Marta et RUBIO-ROMERO, Juana (2015) : *El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios*, in Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes Icono14, vol. 13, Espagne, pp. 73-94 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/818> (date de consultation : 30/09/2017)

RICHAUD, Nicolas (2014) : *WhatsApp : comment Google s'est fait doubler par Facebook*. Journal électronique Les Echos[En ligne]. Disponible à l'adresse https://www.lesechos.fr/21/02/2014/lesechos.fr/0203332073831_whatsapp---comment-google-s-est-fait-doubler-par-facebook.htm (Date de consultation: 30/09/2017)

ROJAS ROSCO, Raúl (2016) : *La prueba digital en el ámbito laboral, ¿son válidos los "pantallazos"?*, in La prueba electrónica. Validez y eficacia procesal, Colección

desafíos legales #RetoJCF, Juristas con futuro, Espagne, pp. 90-97 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://ecija.com/wp-content/uploads/2016/09/EBOOK-Sept16PruebaElectronicagran-final.pdf> (date de consultation : 30/09/2017)

SANZ ÁLAVA, Inmaculada (2006) : *El correo electrónico profesional: ¿género, subgénero o cibergénero?*, in Actas del V Congreso Internacional AELFE, [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.unizar.es/aelfe2006/ALEFE06/1.discourse/25..pdf> (Date de consultation : 30/09/2017)

SCRIBANO, Adrián (2017) : *Miradas cotidianas. El uso de WhatsApp como experiencia de Investigación social*, in Revista latinoamericana de Metodología de la Investigación Social, n° 13, año 7, Argentine [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.relmis.com.ar/ojs/index.php/relmis/article/view/207> (Date de consultation : 30/09/2017)

TORRES i VILATARNASA, Marta (2003) : *La llengua catalana en la comunicació a Internet: qüestió de codis*, in Llengua i ús, n° 26, Direcció General de Política Lingüística, Generalitat de Catalunya, Barcelona, Espagne, pp. 77-82 [En ligne] Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

TSAGLIOTIS, Adrien (2015) : *S'inspirer des start-up*, Dunod Éditions, Paris., France (p. 39)

TUBIANA, Line (2014) : *Jan Koum, juif immigré d'Ukraine, vend son application WhatsApp à Marc ZuckerBerg*. Tribune juive [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.tribunejuive.info/high-tech-tendance/whatsapp-jan-koum-est-milliardaire> (Date de consultation : 30/09/2017)

VAQUEIRO ROMERO, María Montserrat (2016) : *La aplicación de las nuevas tecnologías a la enseñanza de la lengua española*, in Facultade de Filoloxía e Tradución, Universidade de Vigo, Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.investigacion.biblioteca.uvigo.es/xmlui/bitstream/handle/11093/575/La_aplicacion_de_las_nuevas_tecnologias_a_la_enseñanza_de_la_lengua_española.pdf?sequence=1 (Date de consultation : 30/09/2017)

VÁZQUEZ-CANO, Esteban, MENGUAL-ANDRÉS, Santiago, ROIG-VILA, Rosabel (2015) : *Análisis lexicométrico de la especificidad de la escritura digital del adolescente en WhatsApp*, in *Revista de Lingüística Teórica y Aplicada*, n° 53/1, I Semestre, Concepción, Chili, pp. 83-105 [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/48306> (Date de consultation : 30/09/2017)

VIGARA TAUSTE, Ana María (2007) : *Análisis lingüístico. Comunicación y lenguajes juveniles a través de las TIC*, in Instituto de la Juventud, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Espagne [En ligne]. Disponible à l'adresse <http://www.injuve.es/sites/default/files/comunicacion%20y%20lenguajes%20juveniles%20TIC.pdf> (date de consultation : 30/09/2017)

VOGELSTEIN, Fred (2013) : *And The Steve Said, 'Let There Be an iPhone'* [En ligne]. Disponible à l'adresse http://www.nytimes.com/2013/10/06/magazine/and-then-steve-said-let-there-be-an-iphone.html?pagewanted=all&_r=3& (Date de consultation : 30/09/2017)

WINKIN, Yves (1981) : *La nouvelle communication*, Seuil Éditions, Paris, France.

YUS, Francisco (2017) : *Contextual constraints and non-propositional effects in WhatsApp communication*, in *Journal of Pragmatics*, vol. 114, pp. 66-86 [En ligne] Disponible à l'adresse <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378216616303897> (Date de consultation : 30/09/2017)

YUS, Francisco (2011) : *Cyberpragmatics. Internet-mediated. Communication in Context*. John Benjamins, Amsterdam / Philadelphia, Pays Bas.

YUS, Francisco (2001) : *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en internet*. Ariel, Barcelone, Espagne.

ZAGORICNIK, Jelena (2014) : *Serbich-schweizerdeutsches Code-Switching in der WhatsApp-Kommunikation*, Universität Zürich, Suisse [En ligne] Disponible à

l'adresse http://www.ds.uzh.ch/_files/uploads/studarb/41.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

BIBLIOGRAPHIE ET WEBOGRAPHIE DU CHAPÎTRE 4

BAUDE, Olivier (2006) : *Corpus oraux : les bonnes pratiques d'une communauté scientifique*, in *Corpus en Lettres et Sciences sociales, Des documents numériques à l'interprétation*, Albi, France. pp.61-66 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01162487> (Date de consultation : 30/09/2017)

BOURDIEU, Pierre (1993) : *La Misère du monde*, Seuil, Paris, France

BRIZ, Antonio (1996) : *El español coloquial*, Editorial Gredos, Madrid, Espagne

CAMACHO GUARDADO, Lorena (2009) : *El Español coloquial en contexto académico*, in *El español en contextos específicos: enseñanza e investigación, Actas del XX Congreso Internacional ASELE*. Fundación Comillas & ASELE, vol. 1, Comillas, Espagne, pp. 331-345 [En ligne] Disponible à l'adresse https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/20/20_0332.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

CORPAS PASTOR, Gloria (1996) : *Manual de fraseología española*, Editorial Gredos, Madrid, Espagne

GAGNON, Yves-C (2012) : *L'étude de cas comme méthode de recherche*, 2^{ème} édition, Presses Universitaires de l'Université du Québec, Canada [En ligne] Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

GARFINKEL, Harold (2007) : *Recherches en ethnométhodologie*. PUF, Paris. France

GÓMEZ CAPUZ, Juan (2001) : *La interferencia pragmática del inglés sobre el español en doblajes, telecomedias y lenguaje coloquial: una aportación al estudio del cambio lingüístico en curso*, in *revista Tonos Digital*, n° 2 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1031458> (Date de consultation : 30/09/2017)

GUIBERT, Gérôme & REBILLARD, Franck & ROCHELANDET, Fabrice (2016) : *Médias, culture et numérique*. Approches socioéconomiques, collection Cursus,  ditions Armand Colin, Paris, France

GUTIÉRREZ LAFFARGE, Patricia (2015) : Les termes d'adresse en espagnol langue étrangère. Points de vue pragmatolinguistique, interactionnel et didactique [En ligne] Disponible à l'adresse (Date de consultation : 30/09/2017)

HADI-DENOUEIX, Mandana (2014) : * tude des caractéristiques discursives et sociales de l'écrit numérique : de la communication écrite médiée à la co-construction interactive de l'écrit socio-numérique*. Linguistique. Aix-Marseille Université, 2014 [En ligne] Disponible à l'adresse <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00955599/> (Date de consultation : 30/09/2017)

HAMMEL, J (1997) : * tude de cas et sciences sociales*, L'Harmattan, Paris, France.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (2007) : *L'analyse du discours en interaction : quelques principes méthodologiques* [En ligne] Disponible à l'adresse http://www.fflch.usp.br/dlcv/enil/pdf/Artigo_Catherine_Kerbrat_Orecchioni.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (1992) : *Les interactions verbales II*, Armand Colin, Paris, France

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (2005) : *Le discours en interaction*, Armand Colin, Paris, France

MARTÍN NOGUEROL, María (2013) : * No me digas!: las fórmulas rutinarias, un elemento para el desarrollo de la competencia intercultural*, Instituto Cervantes de Argel, Maroc. [En ligne] Disponible à l'adresse https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones_centros/PDF/oran_2013/10_martin.pdf (Date de consultation : 30/09/2017)

NARBONA, Antonio (1992) : *La andadura sintáctica coloquial en el Jarama, Problemas y métodos en el análisis de textos*, Editorial Kronos, Sevilla, Espagne, pp. 227-260.

OLLIVER, Christian (2012) : *Approche interactionnelle et didactique invisible – Deux concepts pour la conception et la mise en œuvre de tâches sur le web social*, in Revue Apprentissage des Langues et Systèmes d'Information et de Communication Alsic, vol. 15, n° 1 Disponible à l'adresse <https://alsic.revues.org/2402> (Date de consultation : 30/09/2017)

YOSHINO, Yuki (2008) : *La enseñanza de las fórmulas rutinarias en el aula de ELE*. Memoria de investigación. Universidad de Alcalá de Henares. Espagne [En ligne] Disponible à l'adresse <https://www.mecd.gob.es/educacion/mc/redele/biblioteca-virtual/numerosanteriores/2010/memoriainvestigacion/2-trimestre/yukiyoshino.html> (Date de consultation : 30/09/2017)

YUS RAMOS, Francisco (2010) : *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*, Ariel Letras, Barcelone, Espagne

Annexe n° 1. Dimensions de différenciation culturelle selon différents auteurs (Frame, 2013 : 36-38)

Auteurs	Dimensions	Description
Parsons 1951 <i>Social Value Orientations</i> ou <i>Pattern Variables</i>	individualiste / collectiviste <i>self-orientation / collectivity-orientation</i>	focalisation sur l'individu et son épanouissement propre, ou sur le groupe et le bien collectif
	affectif / neutre <i>affectivity / affective neutrality</i>	l'importance relative de la passion et de la raison dans le comportement
	universaliste / particulariste <i>universalism / particularism</i>	comportement généralisé ou spécifique envers autrui
Parsons 1951 Parsons et Shils 1951	diffus / spécifique <i>diffuseness / specificity</i>	tendance à agir envers autrui en fonction de son rôle, ou comme une personne unique
	ascriptif / méritocratique <i>ascription / achievement</i>	le statut social accordé à autrui dépend de l'appartenance sociale ou de la réussite individuelle
	instrumentaliste / expressif <i>instrumental / expressive orientation</i>	dans la communication, l'on privilégie l'efficacité par rapport aux objectifs poursuivis, ou la relation
Kluckhohn et Strodtbeck 1960 <i>Value Orientations</i>	orientation envers la nature humaine <i>human nature orientation</i>	êtres humains perçus comme bons, mauvais, capables de s'améliorer, etc.
	rapport de l'homme à la nature <i>person-nature orientation</i>	maîtrise, harmonie, ou subjugation de l'homme à la nature
	rapport au temps <i>time orientation</i>	orienté vers le passé, le présent ou le futur
	rapport aux activités <i>activity orientation</i>	le jugement porte sur autrui dépend de ce qu'il fait, de sa personnalité, ou du soi qu'il développe
	rapport aux relations <i>relational orientation</i>	relations individualistes, linéaires (préoccupation pour la continuité du groupe dans le temps), ou collatérales (intérêts du groupe dans l'immédiat)
Hall 1971	contexte fort / contexte faible <i>high context / low context</i>	degré d'implicite (élevé dans une culture à contexte fort) dans la communication interpersonnelle
	monochrome / polychrome <i>monochronous / polychronous</i>	le fait d'avoir un rapport inflexible et linéaire au temps, ou d'entreprendre plusieurs tâches à la fois

Annexes

<p>Hofstede 1980</p> <p>« Dimensions de variabilité culturelle »</p>	<p>individualisme / collectivisme <i>individualism / collectivism</i></p>	<p>focalisation sur l'individu et son épanouissement propre, ou sur le groupe et le bien collectif</p>
	<p>prévention de l'incertitude <i>uncertainty avoidance</i></p>	<p>degré de certitude avec lequel les membres de la culture se sentent à l'aise</p>
	<p>distance au pouvoir <i>power distance</i></p>	<p>hiérarchisation des relations et du pouvoir au sein d'un groupe</p>
	<p>masculinité / féminité <i>masculinity / femininity</i></p>	<p>valorisation du pouvoir, de l'indépendance, de la distinction entre les sexes <i>versus</i> valorisation de la qualité de vie, des relations, de rôles sexués moins distinctifs</p>
<p>Hofstede 1991</p>	<p>orientation à court terme / à long terme <i>short-term / long-term orientation</i></p>	<p>rapport au temps qui définit les comportements valorisés (définition de la vertu). Valorisation de l'esprit économe, de la persévérance et du sacrifice de soi (long-terme) <i>versus</i> valorisation de la tradition du retour rapide sur investissement et de la réciprocité</p>
<p>Fiske 1991</p>	<p>partage communautaire <i>communal sharing</i></p>	<p>l'individu se fond dans le collectif sur une base communautaire et ne revendique pas d'identité individuelle</p>
	<p>hiérarchie autoritaire <i>authority ranking</i></p>	<p>des relations hiérarchiques, dans lesquelles le subordonné obéit au patron, qui a un devoir de bienveillance sur ceux qui le servent</p>
	<p>loi du marché <i>equality matching</i></p>	<p>des relations qui attribuent une valeur aux uns et aux autres en fonction de la contribution éventuelle qu'ils peuvent apporter (à l'Autre ou au groupe)</p>
	<p>rapports d'égalité <i>equality matching</i></p>	<p>des relations d'égal à égal démocratiques, où chacun se vaut en tant que personne, et chacun a les mêmes droits et devoirs</p>

Trompenaars 1993	individualiste / collectiviste <i>individualism / collectivism</i>	focalisation sur l'individu et son épanouissement propre ou sur le groupe et le bien collectif
	affectif / neutre <i>neutral / emotional social behaviour</i>	l'importance relative de la passion et de la raison dans le comportement
	universaliste / particulariste <i>universalism / particularism</i>	comportement généralisé ou spécifique envers autrui
	diffus / spécifique <i>diffuse / specific relationships</i>	tendance à agir envers autrui en fonction de son rôle, ou comme une personne unique
	ascriptif / méritocratique <i>ascription / achievement</i>	le statut dépend de l'appartenance sociale ou de la réussite individuelle
	rapport de l'homme à la nature <i>attitudes to environment</i>	maîtrise, harmonie, ou subjugation de l'homme à la nature
	rapport au temps <i>attitudes to time</i>	"orientation envers le temps" (Kluckhohn et Strodtbeck, supra), en plus de la dimension "monochrome / polychrone" (Hall, supra)
Schwartz 1994	autonomie affective <i>affective autonomy</i>	valeurs hédonistes
	conservatisme <i>conservatism</i>	valeurs traditionnelles, sécuritaires, communautaires
	hiérarchie <i>hierarchy</i>	le respect d'une hiérarchie méritocratique
	engagement égalitaire <i>egalitarian commitment</i>	valeurs de justice sociale et d'équité
	autonomie intellectuelle <i>intellectual autonomy</i>	la créativité individuelle
	maîtrise <i>mastery</i>	valeurs d'indépendance et d'ambition personnelle
	harmonie <i>harmony</i>	valeurs écologistes

Annexe n° 2. Descripteurs de la compétence interculturelle. Source : APLV⁴⁵².

A1 : J'ai une connaissance de base de la culture du pays et aimerais mieux la connaître ainsi que les gens

- Savoirs :* - J'ai une connaissance de base concernant le pays, géographie, climat, etc...
Je commence à maîtriser les situations quotidiennes (manières de manger, salutations, politesse)
- Savoir faire / apprendre :* - Je commence à comprendre et utiliser les compétences dont j'ai besoin pour communiquer avec des gens dont les croyances, valeurs, et comportements sont différents des miens.
- Savoir-être :* Je saisis toute occasion me permettant d'acquérir une nouvelle expérience culturelle.
- Savoir s'engager :* Je peux identifier des différences et similitudes de base dans les pratiques et expériences culturelles de mon pays et de l'autre

A2 : J'ai conscience des différences culturelles de base, et bien que je ne les comprenne pas toutes, je le respecte et peux apprendre grâce à elles.

- Savoirs :* - J'ai une connaissance de base concernant la vie quotidienne (horaires de travail, de repas, fêtes, année scolaire, etc...)
- Je sais qu'il y a des façons plus ou moins formelles de s'adresser aux gens, selon les relations et le contexte
- Savoir faire / apprendre :* - J'essaie d'utiliser mes observations et expériences interculturelles pour voir comment les gens se comportent, même si je n'ai pas de stratégies particulières pour m'en sortir dans des situations nouvelles ou confuses.
- Savoir-être :* - Je peux voir des pratiques et expériences de ma propre culture telles que des étrangers pourraient les percevoir.
- Savoir s'engager :* - Je peux comparer des pratiques et expériences de l'autre culture aux miennes, mais je dois encore chercher à comprendre les implications sous-jacentes.

B1 : Je connais les croyances et valeurs qui expliquent le comportement des gens et je vois aussi qu'ils ont des points de vue sur le fonctionnement de ma propre culture ; ceci me donne une meilleure conscience de ma propre culture et celle des autres

- Savoirs :* - Je reconnais les personnalités les plus célèbres et leur rôle et importance dans la culture du pays.
- Je sais comment ma culture est perçue dans la culture du pays en question.
- Savoir faire / apprendre :* - Je peux me comporter conformément aux attentes de la culture en question, à la fois dans des situations professionnelles et privées, même si cela suppose parfois un effort de ma part
- Je sais quelles informations sur ma culture aideront d'autres personnes à mieux la comprendre.

⁴⁵² Association des Professeurs de Langues Vivantes (APLV). Document disponible à l'adresse <https://www.aplv-languesmodernes.org/spip.php?article548> (Date de consultation : 30/09/2017)

- Savoir être :* - Je comprends les raisons qui motivent les valeurs, croyances, dans une autre culture même si je vois les choses plus naturellement de ma propre perspective
- Savoir s'engager :* - Je sais rechercher et analyser des informations à propos des valeurs, croyances, normes culturelles.
- Je sais que mes jugements sont influencés par ma propre culture et veux apprendre à regarder les autres cultures avec une plus grande ouverture d'esprit
- Savoir comprendre :* - Je comprends en partie le sens implicite derrière certaines images et expressions utilisées dans les films, littérature, médias et publicités et cherche à mieux comprendre

B2 : J'aime sortir de ma propre culture et explorer d'autres façons de faire. J'accepte d'autres manières de penser et de se comporter.

- Savoirs :* - Je comprends et peux interpréter les principaux signes non verbaux et du langage du corps dans l'autre culture.
- J'ai des connaissances sur l'Histoire, le système administratif et politique de cette culture.
- Savoir faire / apprendre :* - Je me sens en confiance lorsque j'interagis avec des personnes d'une autre culture et peux généralement éviter les malentendus.
- Je peux identifier quelles informations aideront les autres personnes à mieux comprendre ma culture.
- Savoir être :* - Je peux reconnaître la valeurs de comportements et valeurs différentes et peux voir de nombreux comportements et valeurs de ma propre culture avec un point de vue extérieur.
- Savoir s'engager :* - Je peux prendre suffisamment de distance avec les jugements influencés par ma propre culture de manière à pouvoir porter un jugement critique sur les points de vue et comportements de l'autre culture.
- Savoir comprendre :* - Je peux réfléchir et voir les raisons sous-jacentes dans les pratiques de l'autre culture et les mettre en parallèle avec celles de ma propre culture.

C1 : Je me sens à l'aise et peux me comporter naturellement sans beaucoup d'efforts de ma part dans un milieu culturel différent du mien. Je sais modifier mes interprétations et mon comportement en fonction de l'autre culture. Je peux être un médiateur entre deux cultures différentes.

- Savoirs :* - Je connais bien les domaines dans lesquels les différences culturelles apparaissent.
- Je connais les liens entre langue et culture et sais que l'on ne peut pas traduire certaines idées.
- Savoir faire / apprendre :* - Je peux être un médiateur entre des personnes de ma propre culture et une autre et je peux utiliser des stratégies pour résoudre des malentendus et conflits dûs à des différences culturelles.

- Je reconnais les avantages de la diversité et trouve stimulant le fait d'être dans une situation m'obligeant à questionner mes manières de penser, me comporter et de devoir m'adapter à un nouvel environnement.

Savoir être : - J'accueille favorablement les situations où je me trouve dans un environnement interculturel.

- Je vois mes propres comportements, croyances, valeurs du point de vue d'un observateur extérieur et ai conscience du fait que ma culture n'est ni supérieure ni inférieure.

Savoir comprendre - Je reconnais et apprécie une large gamme de manifestations quelle que soit la différence avec ma culture.

Savoir s'engager : Je peux conduire une analyse critique et systématique de points de vue, produits et pratiques dans d'autres cultures et peux apporter une autre perspective à cette analyse, basée sur ma propre expérience interculturelle.

C2 : Je peux interpréter et évaluer des comportements de cultures variées et peux parfois réconcilier des visions du monde divergentes.

Savoir faire : - Je peux jouer le rôle de médiateur impartial

- Je peux interagir avec des gens de cultures variées et trouve ces rencontres intéressantes et enrichissantes.

Savoir être : - Je peux voir ma culture à la fois de l'intérieur et de l'extérieur et utiliser cela pour aider d'autres personnes à interagir avec d'autres cultures.

- Mes expériences interculturelles m'ont permis de développer des principes et croyances différents des normes d'une culture en particulier, ce qui me permet d'être un médiateur interculturel efficace.

Savoir comprendre : - Je peux interpréter les valeurs et comportements en fonction de références culturelles variées de manière à toujours voir les choses de plusieurs manières différentes.

Savoir s'engager : Je peux analyser des problèmes de société différents dans ma culture et dans d'autres (relations entre hommes et femmes, entre générations, la famille, les institutions, les instances de pouvoir, de domination, la religion, le racisme...) et les expliquer.

Indicador de autorización para ceder los datos a Agricultura
Indicador de autorización para ceder los datos a Agricultura:

Transportes

16 Detalles del transporte

16a Código de unidad: 2 Vehículo

16b Identificación de las unidades:

16c Precinto comercial:

16d Información adicional del precinto:

16f Información complementaria:

Partidas y embalajes

17 Partida: 1

17b Código de producto EMCS: W200 Vinos tranquilos y bebidas fermentadas tranquilas

Epigrafe II.EE. producto: V0 Vinos tranquilos

17c Código NC:

17d Cantidad declarada:

Cantidad aceptada V0: 0,000

Cantidad rechazada:

Cantidad en exceso: 0,000

Cantidad en falta: 0,000

17e Masa bruta:

17f Masa neta:

17g Graduación alcohólica:

17h Grado plato: 0,00

17o Densidad: 0,00

17i Información de marcas fiscales:

17k Indicador de uso de marcas
fiscales: 0

17l Denominación de origen:

17n Tamaño del productor: 0

17p Descripción comercial: VINO BLANCO

17r Marca del producto:

17.1 EMBALAJE

17.1a Tipo de embalaje: BX Caja ("box")

17.1b Número de bultos: 1

17.1c Identificación del precinto:

17.1d Información del precinto:

17.2 Producto vitivinícola

17.2a Código de categoría: 1 Vino sin DOP/IGP

17.2b Código de zona de origen:

17.2c Código del tercer país de
origen:

17.2d Información adicional:

17.2.1 Códigos de manipulación de los productos:

0 El producto no ha sido objeto de ninguna de las manipulaciones siguientes.

17 Partida: 2

17b Código de producto EMCS: W200 Vinos tranquilos y bebidas fermentadas tranquilas

Epigrafe II.EE. producto: V0 Vinos tranquilos

17c Código NC:

17d Cantidad declarada:

Cantidad aceptada V0: 0,000

Cantidad rechazada:

Cantidad en exceso: 0,000

Cantidad en falta: 0,000

17e Masa bruta:

17f Masa neta:

17g Graduación alcohólica:

17h Grado plato: 0,00

17o Densidad: 0,00

17i Información de marcas fiscales:

17k Indicador de uso de marcas
fiscales: 0

17l Denominación de origen:

17n Tamaño del productor: 0

17p Descripción comercial: VINO TINTO

17r Marca del producto:

17.1 EMBALAJE

17.1a Tipo de embalaje: BX Caja ("box")

17.1b Número de bultos: 1

17.1c Identificación del precinto:

17.1d Información del precinto:

17.2 Producto vitivinícola

17.2a Código de categoría: 1 Vino sin DOP/IGP

17.2b Código de zona de origen:

17.2c Código del tercer país de
origen:

17.2d Información adicional:

17.2.1 Códigos de manipulación de los productos:

0 El producto no ha sido objeto de ninguna de las manipulaciones siguientes.

17 Partida: 3

17b Código de producto EMCS: W200 Vinos tranquilos y bebidas fermentadas tranquilas

Epigrafe II.EE. producto: V0 Vinos tranquilos

17c Código NC:

17d Cantidad declarada:

Cantidad aceptada V0: 0,000

Cantidad rechazada:

Cantidad en exceso: 0,000

Cantidad en falta: 0,000

17e Masa bruta:

17f Masa neta:

17g Graduación alcohólica:

17h Grado plato: 0,00

17o Densidad: 0,00

17i Información de marcas fiscales:

17k Indicador de uso de marcas
fiscales: 0

17l Denominación de origen:

17n Tamaño del productor: 0

17p Descripción comercial: VINO TINTO

17r Marca del producto:

17.1 EMBALAJE

17.1a Tipo de embalaje: BX Caja ("box")

17.1b Número de bultos: 1

17.1d Información del precinto:

17.2 Producto vitivinícola



Annexes

17.2a Código de categoría: 1 Vino sin DOP/IGP	17.2b Código de zona de origen:	17.2c Código del tercer país de origen:
17.2d Información adicional:		
17.2.1 Códigos de manipulación de los productos:		
0 El producto no ha sido objeto de ninguna de las manipulaciones siguientes		

17 Partida: 4		
17b Código de producto EMCS: W200 Vinos tranquilos y bebidas fermentadas tranquilas		
Epigrafe II.EE. producto: V0 Vinos tranquilos		
17c Código NC:		
17d Cantidad declarada:	Cantidad aceptada V0: 0,000	
Cantidad rechazada: 0,000	Cantidad en exceso: 0,000	Cantidad en falta: 0,000
17e Masa bruta:	17f Masa neta:	
17g Graduación alcohólica:	17h Grado plato: 0,00	17o Densidad: 0,00
17i Información de marcas fiscales:		17k Indicador de uso de marcas fiscales: 0
17l Denominación de origen:		17n Tamaño del productor: 0
17p Descripción comercial: VINO BLANCO		
17r Marca del producto:		

17.1 EMBALAJE		
17.1a Tipo de embalaje: BX Caja ("box")	17.1b Número de bultos: 1	17.1c Identificación del precinto:
17.1d Información del precinto:		

17.2 Producto vitivinícola		
17.2a Código de categoría: 1 Vino sin DOP/IGP	17.2b Código de zona de origen:	17.2c Código del tercer país de origen:
17.2d Información adicional:		
17.2.1 Códigos de manipulación de los productos:		
0 El producto no ha sido objeto de ninguna de las manipulaciones siguientes		

17 Partida: 5		
17b Código de producto EMCS: W200 Vinos tranquilos y bebidas fermentadas tranquilas		
Epigrafe II.EE. producto: V0 Vinos tranquilos		
17c Código NC:		
17d Cantidad declarada:	Cantidad aceptada V0: 0,000	
Cantidad rechazada: 0,000	Cantidad en exceso: 0,000	Cantidad en falta: 0,000
17e Masa bruta:	17f Masa neta:	
17g Graduación alcohólica:	17h Grado plato: 0,00	17o Densidad: 0,00
17i Información de marcas fiscales:		17k Indicador de uso de marcas fiscales: 0
17l Denominación de origen:		17n Tamaño del productor: 0
17p Descripción comercial: VINO TINTO		
17r Marca del producto:		

17.1 EMBALAJE		
17.1a Tipo de embalaje: BX Caja ("box")	17.1b Número de bultos: 6	17.1c Identificación del precinto:
17.1d Información del precinto:		

17.2 Producto vitivinícola		
17.2a Código de categoría: 1 Vino sin DOP/IGP	17.2b Código de zona de origen:	17.2c Código del tercer país de origen:
17.2d Información adicional:		
17.2.1 Códigos de manipulación de los productos:		
0 El producto no ha sido objeto de ninguna de las manipulaciones siguientes		

17 Partida: 6		
17b Código de producto EMCS: W200 Vinos tranquilos y bebidas fermentadas tranquilas		
Epigrafe II.EE. producto: V0 Vinos tranquilos		
17c Código NC:		
17d Cantidad declarada:	Cantidad aceptada V0: 0,000	
Cantidad rechazada: 0,000	Cantidad en exceso: 0,000	Cantidad en falta: 0,000
17e Masa bruta:	17f Masa neta:	
17g Graduación alcohólica:	17h Grado plato: 0,00	17o Densidad: 0,00
17i Información de marcas fiscales:		17k Indicador de uso de marcas fiscales: 0
17l Denominación de origen:		17n Tamaño del productor: 0
17p Descripción comercial: VINO TINTO		
17r Marca del producto:		

17.1 EMBALAJE		
17.1a Tipo de embalaje: BX Caja ("box")	17.1b Número de bultos: 1	17.1c Identificación del precinto:
17.1d Información del precinto:		

17.2 Producto vitivinícola		
17.2a Código de categoría: 1 Vino sin DOP/IGP	17.2b Código de zona de origen:	
17.2d Información adicional:		
17.2.1 Códigos de manipulación de los productos:		
0 El producto no ha sido objeto de ninguna de las manipulaciones siguientes		



17 Partida: 7
 17b Código de producto EMCS: W200 Vinos tranquilos y bebidas fermentadas tranquilas
 Epigrafe II.EE. producto: V0 Vinos tranquilos
 17c Código NC:

17d Cantidad declarada:	Cantidad aceptada V0: 0,000	Cantidad en falta: 0,000
Cantidad rechazada: 0,000	Cantidad en exceso: 0,000	
17e Masa bruta:	17f Masa neta:	17o Densidad: 0,00
17g Graduación alcohólica:	17h Grado plato: 0,00	17k Indicador de uso de marcas fiscales: 0
17i Información de marcas fiscales:		17n Tamaño del productor: 0

17l Denominación de origen:
 17p Descripción comercial: VINO BLANCO
 17r Marca del producto:

17.1 EMBALAJE
 17.1a Tipo de embalaje: BX Caja ("box")
 17.1b Número de bultos: 1
 17.1c Identificación del precinto:
 17.1d Información del precinto:

17.2 Producto vitivinícola
 17.2a Código de categoría: 1 Vino sin DOP/IGP
 17.2b Código de zona de origen:
 17.2c Código del tercer país de origen:
 17.2d Información adicional:
 17.2.1 Códigos de manipulación de los productos:
 0 El producto no ha sido objeto de ninguna de las manipulaciones siguientes.

17 Partida: 8
 17b Código de producto EMCS: W200 Vinos tranquilos y bebidas fermentadas tranquilas
 Epigrafe II.EE. producto: V0 Vinos tranquilos
 17c Código NC:

17d Cantidad declarada:	Cantidad aceptada V0: 0,000	Cantidad en falta: 0,000
Cantidad rechazada: 0,000	Cantidad en exceso: 0,000	
17e Masa bruta:	17f Masa neta:	17o Densidad: 0,00
17g Graduación alcohólica:	17h Grado plato: 0,00	17k Indicador de uso de marcas fiscales: 0
17i Información de marcas fiscales:		17n Tamaño del productor: 0

17l Denominación de origen:
 17p Descripción comercial: VINO TINTO
 17r Marca del producto:

17.1 EMBALAJE
 17.1a Tipo de embalaje: BX Caja ("box")
 17.1b Número de bultos: 1
 17.1c Identificación del precinto:
 17.1d Información del precinto:

17.2 Producto vitivinícola
 17.2a Código de categoría: 1 Vino sin DOP/IGP
 17.2b Código de zona de origen:
 17.2c Código del tercer país de origen:
 17.2d Información adicional:
 17.2.1 Códigos de manipulación de los productos:
 0 El producto no ha sido objeto de ninguna de las manipulaciones siguientes.

17 Partida: 9
 17b Código de producto EMCS: W200 Vinos tranquilos y bebidas fermentadas tranquilas
 Epigrafe II.EE. producto: V0 Vinos tranquilos
 17c Código NC:

17d Cantidad declarada:	Cantidad aceptada V0: 0,000	Cantidad en falta: 0,000
Cantidad rechazada: 0,000	Cantidad en exceso: 0,000	
17e Masa bruta:	17f Masa neta:	17o Densidad: 0,00
17g Graduación alcohólica:	17h Grado plato: 0,00	17k Indicador de uso de marcas fiscales: 0
17i Información de marcas fiscales:		17n Tamaño del productor: 0

17l Denominación de origen:
 17p Descripción comercial: VINO BLANCO
 17r Marca del producto:

17.1 EMBALAJE
 17.1a Tipo de embalaje: CS Caja ("case")
 17.1b Número de bultos: 1
 17.1c Identificación del precinto:
 17.1d Información del precinto:

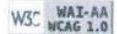
17.2 Producto vitivinícola
 17.2a Código de categoría: 1 Vino sin DOP/IGP
 17.2b Código de zona de origen:
 17.2c Código del tercer país de origen:
 17.2d Información adicional:
 17.2.1 Códigos de manipulación de los productos:
 0 El producto no ha sido objeto de ninguna de las manipulaciones siguientes.

17 Partida: 10

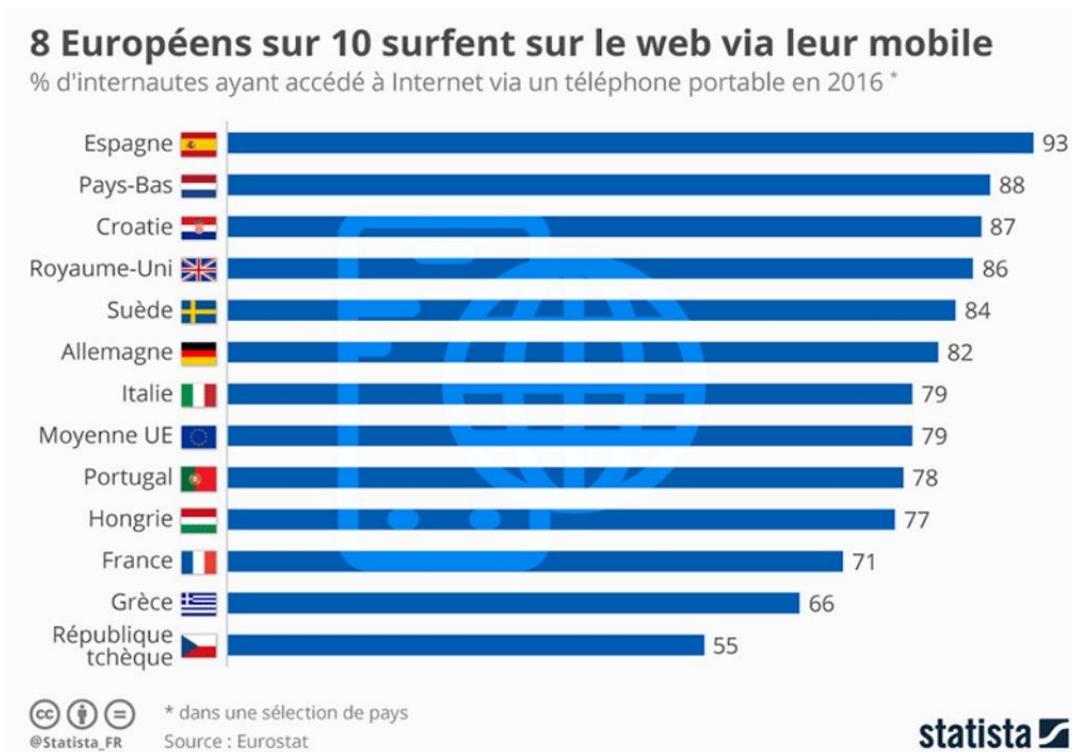
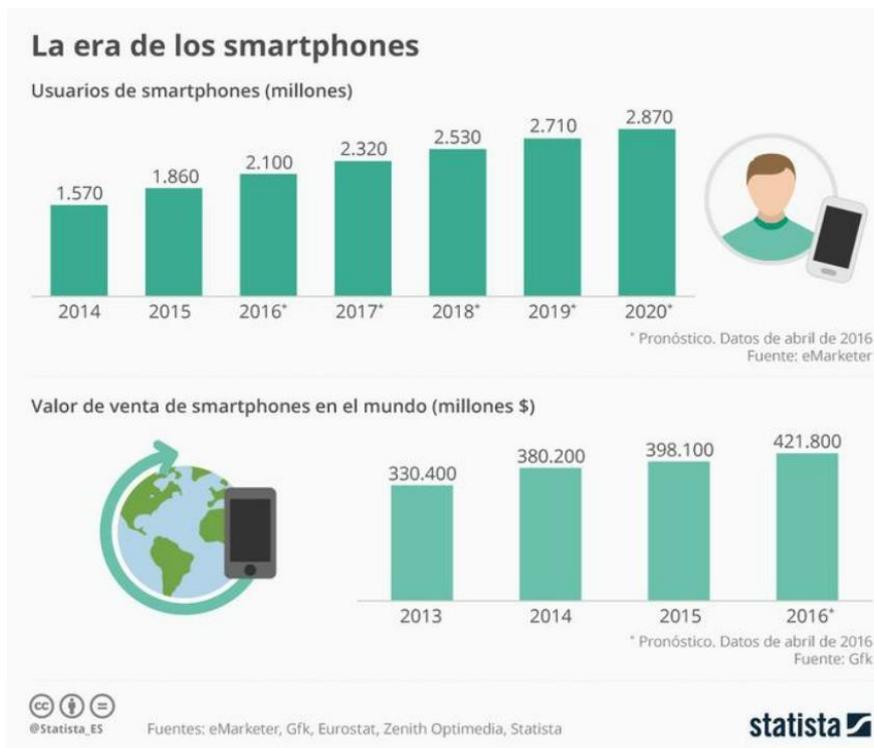


Annexes

17b Código de producto EMCS: W200 Vinos tranquilos y bebidas fermentadas tranquilas		
Epígrafe II.EE. producto: V0 Vinos tranquilos		
17c Código NC:		
17d Cantidad declarada:	Cantidad aceptada V0: 0,000	
Cantidad rechazada: 0,000	Cantidad en exceso: 0,000	Cantidad en falta: 0,000
17e Masa bruta:	17f Masa neta:	
17g Graduación alcohólica:	17h Grado plato: 0,00	17o Densidad: 0,00
17i Información de marcas fiscales:		17k Indicador de uso de marcas fiscales: 0
17l Denominación de origen:		17n Tamaño del productor: 0
17p Descripción comercial: VINO TINTO		
17r Marca del producto:		
17.1 EMBALAJE		
17.1a Tipo de embalaje: CS Caja ("case")	17.1b Número de bultos: 1	17.1c Identificación del precinto:
17.1d Información del precinto:		
17.2 Producto vitivinícola		
17.2a Código de categoría: 1 Vino sin DOP/IGP	17.2b Código de zona de origen:	17.2c Código del tercer país de origen:
17.2d Información adicional:		
17.2.1 Códigos de manipulación de los productos:		
0 El producto no ha sido objeto de ninguna de las manipulaciones siguientes.		
<u>Documentos de certificación</u>		
18 Documentos de Certificación: No hay Datos.		
Copiar como Borrador CANCELACIÓN EXPEDICIÓN Cambio Destino Mercancía Expedición ● Relación de Documentos		

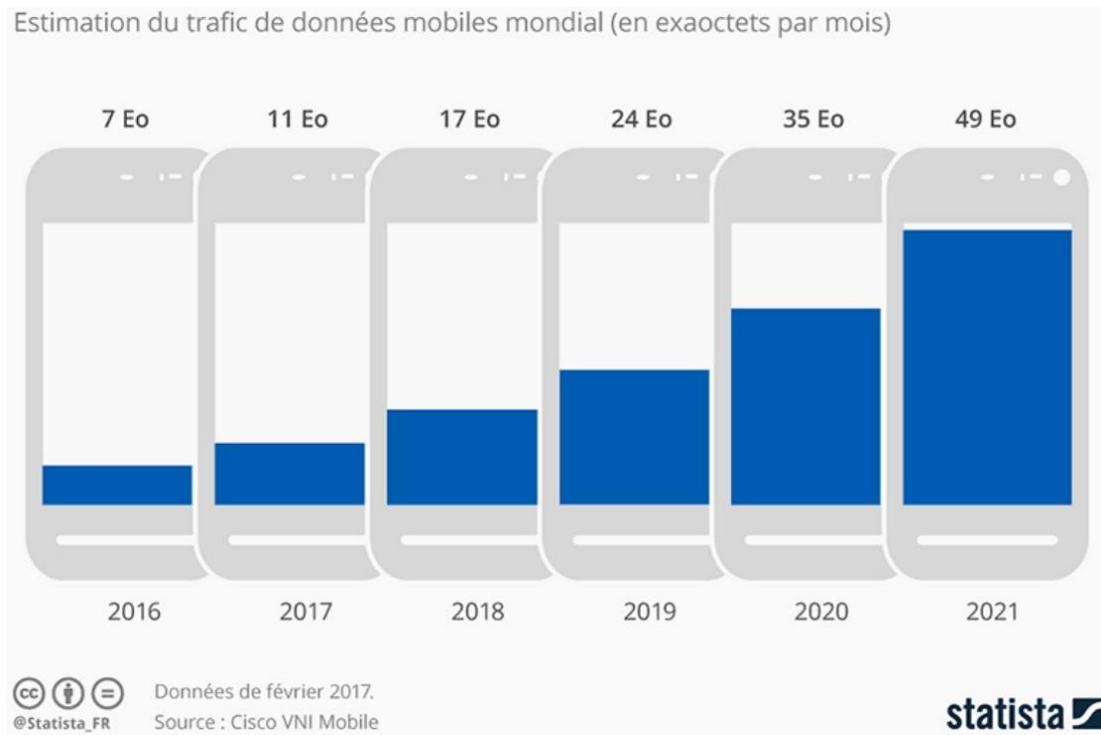


Annexe n° 5. Le *smartphone* dans le monde ; chiffres et perspectives⁴⁵³.

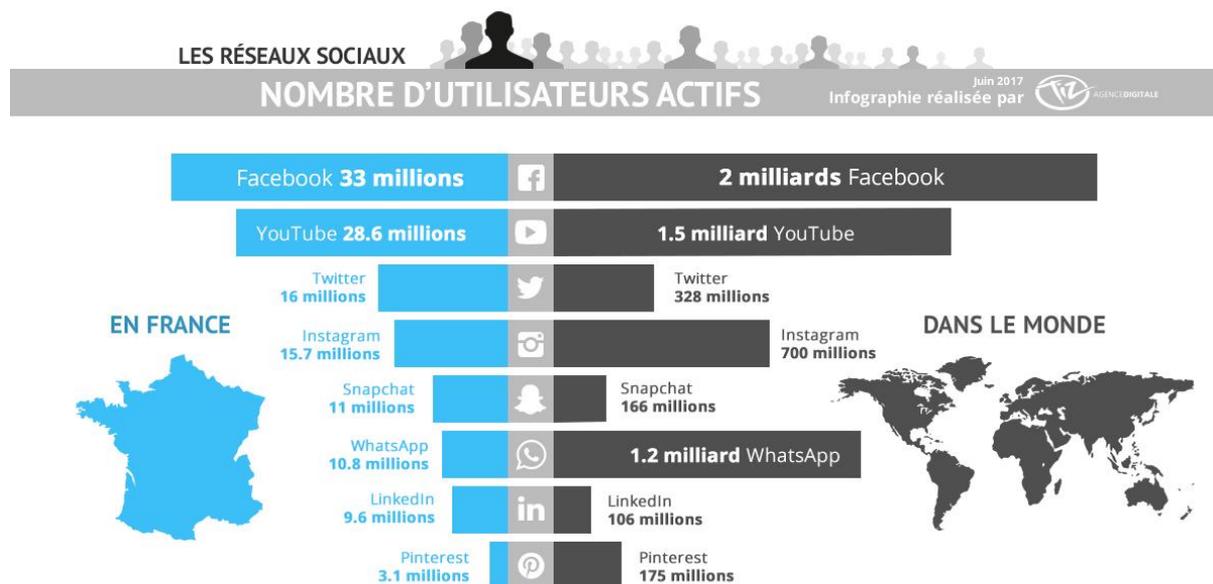


⁴⁵³ Notre traduction. L'ère des smartphones. Utilisateurs des smartphones (millions). Valeur de vente des smartphones dans le monde (millions de dollars) * Prognostique. Données d'avril 2016.

Annexe n° 6. Trafic de données mobiles (2016-2021).

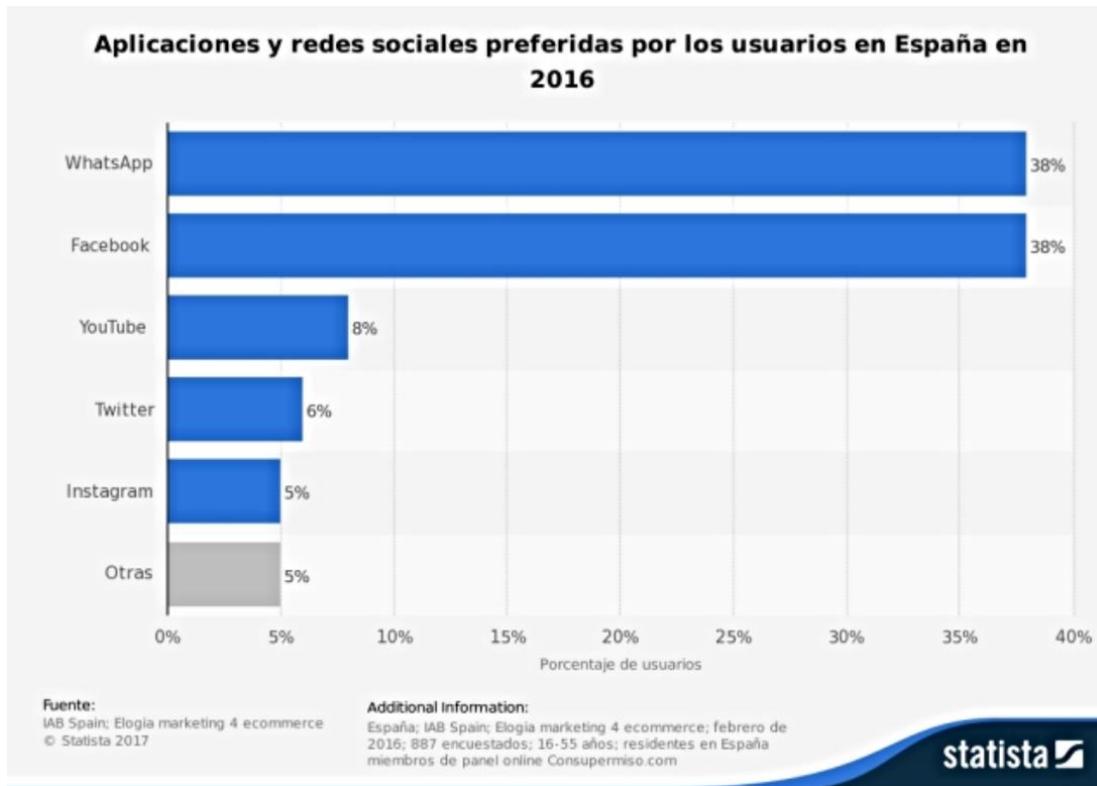


Annexe n° 7. Nombre d'utilisateurs actifs des RSV en France⁴⁵⁴ (2017).



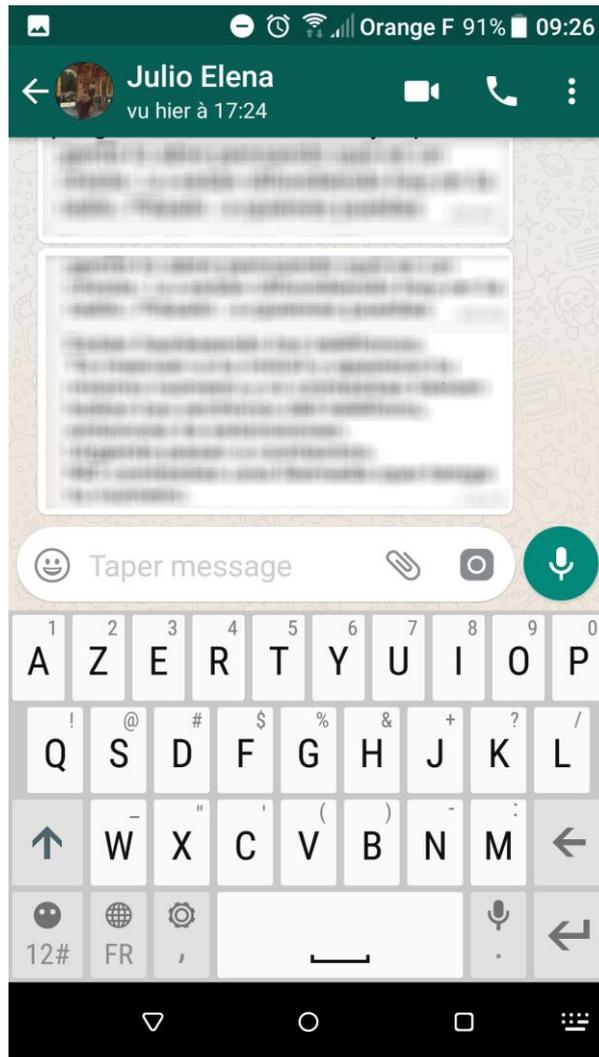
⁴⁵⁴ Infographie ©Agence Tiz (<http://www.tiz.fr/utilisateurs-reseaux-sociaux-france-monde/>).

Annexe n° 8. RSV en Espagne⁴⁵⁵ (2016).



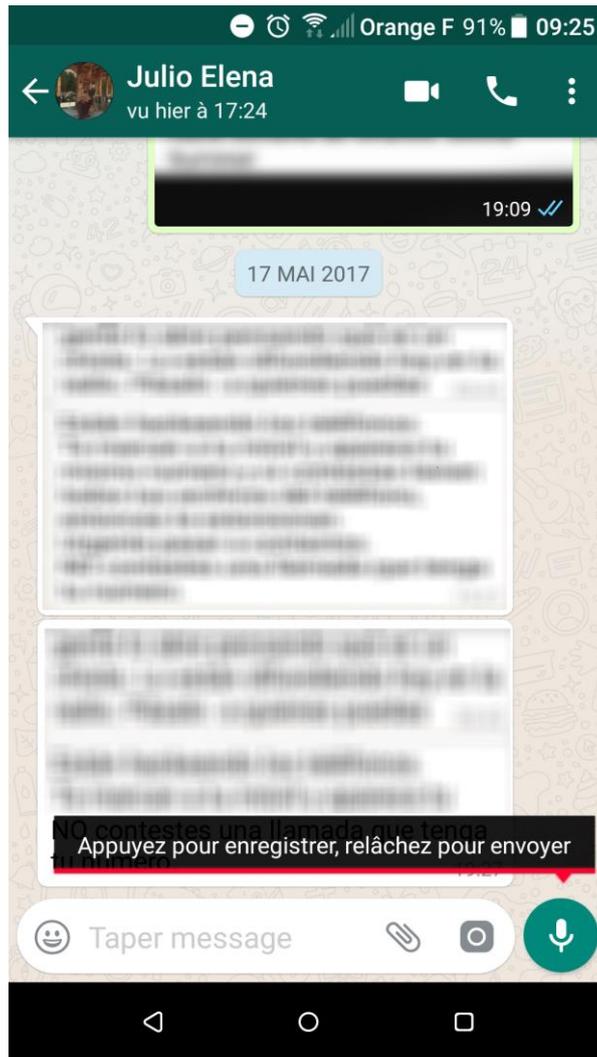
⁴⁵⁵ Disponible à l'adresse <https://fatimamartinez.es/2017/02/22/evolucion-de-usuarios-activos-en-redes-sociales-en-espana-y-en-el-mundo/> (date de consultation : 30/09/2017)

Annexe n° 9. Saisie manuelle du message sur l'application WhatsApp

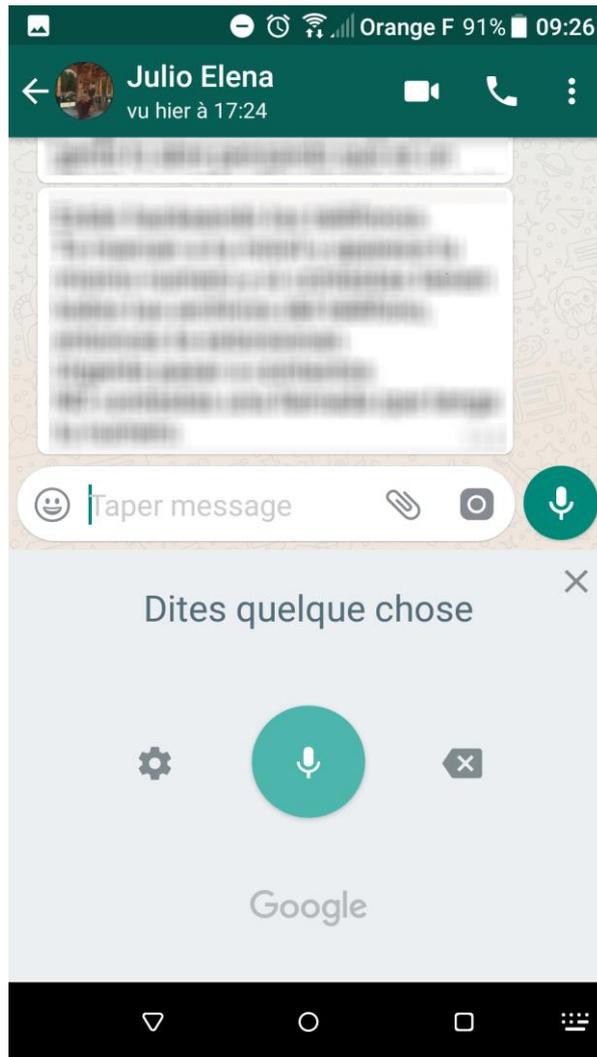


Annexes

Annexe n° 10. Enregistrement de fichier audio sur l'application WhatsApp.



Annexe n° 11. Saisie orale du message sur l'application WhatsApp



Annexes

Annexe n° 12. Liste d'emojis

E01		E11		E21		E31	
E02		E12		E22		E32	
E03		E13		E23		E33	
E04		E14		E24		E34	
E05		E15		E25		E35	
E06		E16		E26		E36	
E07		E17		E27		E37	
E08		E18		E28		E38	
E09		E19		E29		E39	
E10		E20		E30		E40	

