



**HAL**  
open science

# Quand l'écrit a droit de cité: formatage et légitimation d'une pratique langagière

Marie-France Peyrelong

► **To cite this version:**

Marie-France Peyrelong. Quand l'écrit a droit de cité: formatage et légitimation d'une pratique langagière. Nov 2004. sic\_00001517

**HAL Id: sic\_00001517**

**[https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00001517v1](https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00001517v1)**

Submitted on 13 Jul 2005

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# Quand l'écrit a droit de cité : formatage et légitimation d'une pratique langagière

**Marie-France Peyrelong\***

\*Maître de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication  
Equipe de recherche URSIDOC  
Ecole Nationale Supérieure en Sciences de l'Information et des Bibliothèques  
Mel : Peyrelong@enssib.fr

*RÉSUMÉ : Dès lors que l'on quitte des situations où l'environnement partagé, le dialogue permettent les réajustements, ou les accords immédiats, une bonne partie de la production langagière est écrite. Dans cette communication nous nous intéresserons à ces médiations en nous interrogeant sur les formatages et les places réservées à l'énonciation de leur activité par les acteurs. Quelles formes de travail "ensemble" ces allocations particulières de surface de parole permettent-elles ?*

*ABSTRACT: Once out of workplaces where speech cannot play anymore its full role on immediate readjusting or producing agreements on the meaning of the situation a large part of language production is supported by written material. In this paper we will focus on documents seen as intermediary objects, and forms investment. We will question the different spatial allocations given to workers. How do these allocations affect forms of "working together" in an organisation?*

*MOTS-CLES : écrit, document, investissement de formes.*

*KEY WORDS : document, forms investments*

## 1. Introduction

Longtemps le langage a été une dimension peu travaillée en tant que telle par les chercheurs en sciences de l'information ou en sociologie des organisations. Les travaux des membres du GDR « Langage et travail »<sup>1</sup>, et ceux qui s'inscrivent dans une démarche ethnométhodologique ont depuis assigné au langage une place essentielle pour la compréhension de ce qui permet à une organisation de « tenir », d'être productrice de connaissances et d'actions collectives, d'activité.

Cet intérêt entre en résonance avec les questions qui se posent actuellement dans les organisations. P. Veltz, P. Zarifian (1993 ; Zarifian 1996) ont mis en avant l'importance de la communication et donc de l'information dans les changements qui affectent les entreprises. Les directions prêtent attention aux postes qui sont à l'interface de l'organisation et du client. Les membres de l'organisation sont ainsi enjoins à "faire remonter leurs points de vue", à faire preuve d'une activité langagière que l'organisation semble désormais reconnaître et traiter (Laville, 1993).

Si donc, à la suite de ces travaux, il devient difficile de ne pas accorder au langage une place centrale dans les organisations, ces travaux soulignent en même temps la variété des pratiques langagières, celles qui ont « droit de cité » ou celles qui passent encore sous le couvert. Certaines pratiques sont relativement informelles et nourrissent les actions en cours, les collectifs de travail, d'autres, plus policées, imposent un circuit, un formatage particulier pour être prises en compte par l'organisation.

L'attention portée aujourd'hui à la coordination et à la collaboration, souvent à distance, et donc instrumentée par des dispositifs d'information et de communication (informatisés ou non), laisse toutefois encore problématiques les questions de ces passages du local au global, et des traductions que doivent opérer les différents acteurs. Dès lors que l'on quitte des situations où l'environnement partagé, le dialogue permettent les réajustements, les négociations et les accords immédiats, une bonne partie de la production langagière est écrite.

Nous nous intéresserons ici à cette médiation sous la forme d'objets intermédiaires (Latour 1994, Jeantet, 1998) que sont les documents et les dispositifs dans lesquels ils sont inscrits. Quelles formes de « parler ensemble » et « d'agir ensemble » permettent l'allocation particulière d'espaces de visibilité et les formatages (Thèvenot, 1985) des contenus dans l'organisation ?

## 2. Des documents et des situations variés pour une même question

Les documents auxquels nous allons nous référer ont été abordés à partir de problématiques distinctes lors de différents travaux de recherche menés ces dernières années. Ces problématiques ont toutefois en commun la question du rapport oral/écrit dans des activités de travail, et la transmission d'information sur l'action concrète de travail.

---

<sup>1</sup> A. BORZEIX, B. FRAENKEL, 2001, Dans l'introduction de cet ouvrage, qui reprend en partie les interventions du colloque qui, en octobre 1998, clôturait les activités de 10 ans de travail du Groupe de recherche "Langage et Travail", les coordinateurs de l'ouvrage parlent de cet "angle mort" de la recherche qui a conduit à la création de ce groupe de travail pluridisciplinaire.

Nous nous inscrivons ici dans une perspective disciplinaire des sciences de l'information et de la communication, et non de la socio-linguistique, avec une posture particulière : celle de prêter attention aux objets, aux matérialisations qui "supportent" ou construisent les actions en cours, suivant en cela des théories qui accordent un rôle central aux objets dans l'action (Latour, 1994), et à l'action située (Conein et Jacopin, 1994, Quéré, 1997). Les objets en question sont des "écrits" "ordinaires" qui accompagnent sur le terrain un commercial ou un technicien dans deux entreprises<sup>2</sup>. L'attention porte ici davantage sur les places "réservées" à l'écriture, sur le formatage que sur l'écriture elle-même.

Nous décrivons dans un premier temps le contexte des documents retenus.

*La fiche client manuscrite qui accompagne le commercial dans sa "tournée" quotidienne*

Nous avons suivi dans leur activité des commerciaux de l'entreprise "Burotic"<sup>3</sup>. Pour une bonne part il s'agissait pour ceux-ci de faire du "porte à porte" sur un territoire déterminé, auprès des entreprises. Un commercial a un volant de 200 clients à voir par mois, dont 160 prospects. Lors de sa visite le commercial prête attention aux produits actuellement utilisés par le client, à ce qu'il peut dire sur une marque concurrente, mais aussi à l'évolution de l'activité de son activité, laissant présager d'autres besoins. Chaque visite est supportée et se traduit par la mise à jour d'une "fiche client" : le commercial sort la fiche, la consulte, l'annote chez le client confirmé, ou de manière plus discrète chez le prospect, ou reporte à plus tard l'annotation.

Que comporte ces fiches clients ? Elles suivent un modèle de fiche, conçu par le service informatique, permettant une visibilité et une lecture immédiate des informations par la spatialisation des pavés d'inscriptions. Les commerciaux renseignent cette fiche soit en cochant des cases soit en notant des informations. Elle comporte "l'état" (prospect ou client) de l'entreprise démarchée, l'état du parc, les noms des contacts, les étapes de la commercialisation, les propositions commerciales déjà faites au client. Pour les relations commerciales stabilisées on coche s'il n'y a "rien à signaler", ou si l'on est dans une phase de consultation ou de signature. Pour les prospects le commercial note s'il est en phase d'accroche, de négociation ou de conclusion. Il devra aussi noter les actions à faire : relance téléphonique, démonstration, ou prendre rendez-vous. Ces actions sont également projetées dans le temps en cochant le mois. Les fiches clients contribuent à structurer fortement l'activité à venir du commercial.

Ces informations considérées comme "stables" sont fixées au stylo. Une autre zone "libre", complète la fiche. Propre au commercial elle lui permet de travailler ultérieurement la relation commerciale avec ce client ou prospect. Il s'agit d'une zone d'inscription éphémère, au crayon où les informations au gré des visites disparaîtront de sa surface. Des informations "personnelles" sont aussi notées à part sur des blocs-notes.

Les fiches clients font l'objet d'un suivi de la part du directeur commercial. Sorties du fichier général, elles sont classées une première fois dans le "classeur du mois" (qui regroupe les fiches des

---

<sup>2</sup> Pour cette communication, nous sommes revenus aux documents "primaires" de ces recherches : comptes-rendus des suivis, et entretiens que nous avons à l'époque réalisés.

<sup>3</sup> Il s'agit de commerciaux d'une entreprise de vente d'appareils bureautiques. Cette entreprise a fait l'objet d'une monographie (Peyrelong M.F., in Mayère et al., 1997). A l'époque nous avons ainsi suivi 3 commerciaux dans leurs "tournées" d'une demi-journée chacune sur leur secteur.

clients ou prospects à revoir), puis dans un classeur qui accompagne le commercial dans sa tournée du jour.

Ces fiches servent de point d'appui aux commentaires sur l'activité lors d'entretien entre le commercial et le directeur commercial. Cette fiche renseigne sur le client mais aussi sur l'activité du commercial présente et à venir. Activité d'inscription pour le commercial, la fiche client devient alors trace de l'activité pour le directeur commercial, au sens où Delcambre (1997) définit la trace.

#### *La liasse d'intervention du technicien*

Les techniciens suivis dans leur activité<sup>4</sup> de dépannage partent de l'entreprise munis d'un dossier constitué par les responsables d'affaire et initié par le commercial. En bout de chaîne le technicien du service après vente reçoit les fiches d'intervention sous forme d'une liasse. Entre le dossier technique complet et la liasse que reçoit le technicien, plusieurs acteurs sont intervenus : des ordres de fabrication ont été transmis aux usines, le bureau d'ordonnancement a été alerté de manière à rassembler une équipe d'intervention, le magasinier également pour préparer le matériel à emporter.. Auparavant membre d'une équipe avec son matériel et sa voiture, le technicien suite à une formalisation du travail a vu son champ d'action se rétrécir. La nouvelle organisation le confine dans un rôle où tous les éléments de l'intervention ont été pensés avant. Il arrive sur le terrain avec le sentiment d'avoir le plus souvent "très peu d'information". Les plus anciens "prennent les devants" en contactant le client avant leurs départs. Le technicien arrive donc chez le client avec ce qu'on pourrait appeler un "kit" (aussi bien matériel que cognitif) préparé par d'autres. Parfois la représentation de l'intervention par le chargé d'affaires ne s'adapte pas à la réalité du terrain, en particulier dans les cas déclenchés par un appel du client, soit parce que le commercial a édulcoré la réalité, soit parce que le client ne l'a pas suffisamment explicitée.

La liasse de 4 feuillets, dont le technicien est au final le détenteur, est un document hybride et pluriel. A sa surface plusieurs paroles : celle du responsable d'affaires qui a défini l'intervention, l'identification du matériel, celle de l'organisation qui attribue un numéro à l'affaire, celle du client enfin qui aura sa partie "observation du client". Cette liasse servira de témoin, et de certificateur du travail réalisé : le document sera signé par le client et l'intervenant. Il clôt l'intervention et du même coup définit et arrête l'engagement de l'entreprise. Auto-carbones, les trois premiers feuillets décrivent le travail à faire et ce qui a été réalisé. Cette information unique sera ensuite dispatchée selon les services à des fins comptables ou administratives, l'un de ces trois feuillets sera laissé au client.

Face à l'incertitude du terrain, le technicien est aussi face au client. Il doit dorénavant faire remonter les problèmes rencontrés. Pour cela un espace "libre" de la liasse (le quatrième feuillet, intitulé "compte rendu de l'intervention", dont une partie n'est pas auto-carbone) lui est réservé. Cet espace est matériellement restreint : il représente environ un quart de ce feuillet. Le technicien devra y noter les "informations qu'il juge intéressantes". Si ce contenu est considéré à son tour intéressant par le chargé d'affaires il sera remonté au service "Assistance Clientèle". En cas de gros problème, le technicien doit faire une fiche de rapport qui sera également transmise à ce service.

Le service clientèle, dont les objectifs prennent sens au niveau d'une politique de l'entreprise, sert à construire et à rendre visible une relation avec le client. Ce service ne renverra pas systématiquement de feed-back au technicien (ou alors via le chargé d'affaires). La relation discursive

---

<sup>4</sup> Ces techniciens d'un service après-vente travaillent dans une entreprise spécialisée dans les technologies de l'énergie électrique (Peyrelong M.F., in Mayère et al., 1997).

est ici rompue. Le technicien valorise alors les échanges d'information en face à face, dans l'atelier ou en équipe, ou encore avec certains commerciaux qui savent garder leurs portes ouvertes au retour des interventions, autant de lieux où se constitueront des occasions d'échanges de connaissances sur des problèmes concrets perçus à partir de leurs points de vue. Le technicien garde également des traces "pour lui" sur des blocs-notes.

### **3. Le document dans un dispositif**

Que peut-on dire de ces deux écrits "ordinaires" ? la première chose c'est qu'ils sont difficilement isolables, et peuvent difficilement être pris comme des entités "en soi", y compris pour les besoins de l'analyse.

Dès lors qu'on les examine, on les voit intrinsèquement liés à d'autres objets : que ce soit le classeur et le fichier "client et prospect" général au siège de l'entreprise, ou le dossier technique réalisé par le responsable d'affaires. Pièce maîtresse d'un moment de l'action chez le client, ou d'une action administrative, ils ne prennent sens que dans cet ensemble. La liasse, la fiche client ne "tiennent" pas tous seuls, ils ne sont jamais "livrés" à eux-mêmes. C'est son appartenance à un ensemble "vivier client ou prospect" qui va donner un sens, en terme de stratégie commerciale de l'entreprise, aux informations livrées sur une seule fiche client. C'est son imbrication avec le dossier technique qui va donner sens à l'action à mener pour le technicien sur le terrain, action succinctement spécifiée sur la liasse.

"L'écriture" sur ces surfaces affine ou crée une représentation de la situation du client. Elle exprime, mais aussi arrête ou stabilise une relation : celle constituée lors de l'intervention réalisée chez le client que va entériner la signature de ce dernier ; celle de la visite chez le prospect ou client parce que des informations nouvelles y sont notées. Si la liasse a clairement une valeur administrative, liasse et fiche-client sont tous deux légitimés par l'organisation comme représentatifs d'une certaine action du technicien ou du commercial. En cela ce sont des documents (Peyrelong, 2002)

"L'écriture" stabilise une relation, mais en même temps va structurer les actions à venir pour l'organisation et parfois pour le même acteur : la liasse cochée, signée, annotée va déclencher ou non une facturation ou un rapport, selon ce qui s'est passé sur le terrain, la fiche client renseignée va déclencher un "plan d'action" (revoir le client à telle date, etc.), et permettre de ré-évaluer la stratégie de vente.

Elément d'une collection (le classeur ou fichier, le dossier technique) ils sont également inscrits dans un dispositif mis en place par l'organisation. Un ensemble orienté par une intention particulière (politique, économique) et qui est composé de règles, de circuits, d'outils, d'instances (individus ou services) entourent mais aussi génèrent ces documents et les actions qu'ils pourront déclencher. Ce dispositif va attribuer à certains actes une visibilité, une existence, et va occulter d'autres moments du travail concret d'un acteur et cela il le fera, entre autre, via les allocations de pouvoir d'inscription sur ces petites surfaces que sont ces documents de travail.

#### 4. Aux yeux de l'organisation

Ces deux écrits sont en confrontation directe avec le "terrain" pour les acteurs qui doivent utiliser ces documents. Sans le document l'action du technicien ou du commercial n'existe pas aux yeux de l'organisation. La mémorisation de l'action par l'organisation, établie au moyen de l'écriture sur un format particulier, va permettre de justifier, d'organiser, d'autres actions.

Le technicien ne peut donc aller sur le terrain sans la liasse (sauf pour des urgences), et ce n'est qu'avec le retour de celle-ci que l'organisation prend acte de l'intervention. C'est toute l'importance de la signature arrêtant l'intervention réalisée. Procédure de plus en plus importante quand nos interlocuteurs nous disent avoir des clients de plus en plus procéduriers. L'aspect contractuel de la liasse protège l'entreprise et l'intervenant en délimitant les engagements sur ce qui a été fait et seulement sur ce qui a été fait. L'auto-carbone, en reproduisant à l'identique la même information, ne permet pas seulement de réaliser une économie d'écriture mais garantit la définition de la prestation pour tous les acteurs.

Le cas est un peu différent pour le commercial : il peut prospecter sans nécessairement remplir la fiche sur le terrain, mais là encore, son activité restera invisible et peut être remise en question tant qu'une fiche ne "justifie" qu'une action (datée) a bien eu lieu sur un secteur donné.

Porte-parole de l'organisation ces documents assignent un certain nombre d'actions à faire et d'écriture de l'action aux acteurs "du terrain". C'est d'ailleurs ce qui prend le plus de place à la surface des documents. On voit donc apparaître une planification, sans être complètement prescrite, de l'action à réaliser.

Le commercial doit ainsi noter un certain nombre d'éléments, et pas seulement ceux qui l'intéressent. Ces éléments sont répertoriés dans une liste finie d'items (ce que le formatage pour un système informatique a contribué à réaliser) afin que la représentation du parc du client soit connue le plus exactement possible.

Pas de liberté non plus pour dire la complexité d'une situation en cours : les cases à cocher disent suffisamment que l'on est dans une situation ou dans une autre, rendant visible l'action du commercial pour un tiers (le directeur commercial le plus souvent), qui ne connaît pas le client. Tous les possibles, y compris le non événement (case "RAS<sup>5</sup>"), sont signalés. Le client n'est plus ici qu'une représentation comptable en termes de quantité de matériel, d'équipement, et de budget réalisé. Rien n'est dit de son activité, ni d'autres éléments permettant de donner du sens à la relation commerciale du terrain.

Le technicien a lui aussi sur son ordre de mission une forme de check-list des opérations à mener. La prescription de l'activité reste assez générale car le "terrain" peut encore réserver des surprises au technicien. La liasse (ni le dossier parfois) ne répond pas toujours au niveau d'information requis pour agir ou se préparer à agir (en emportant le "bon" matériel, par exemple),...

L'information importante aux yeux de l'organisation est donc pratiquement définie dans ces pré-formatages, modelant un type de discours entre les "gens" du terrain et le reste du service ou de l'entreprise. Soit disant avides d'information, les directions, les chefs de services imposent un

---

<sup>5</sup> RAS : Rien A Signaler

monologue sur le registre exclusif d'une utilité définie par avance, bien en amont du terrain. Efficaces pour l'action et les objectifs généraux du service ou de l'entreprise, les inscriptions d'une partie du réel perçu par les "gens" du terrain, deviennent des "données" sur lesquelles une activité comptable va pouvoir être mise en place. Des opérations de traduction sous forme de mesures, des projections vont pouvoir être réalisées, mais par d'autres acteurs.

Cette information reste toutefois largement insuffisante. La parole est alors nécessaire entre directeur commercial et commercial pour "faire le point", et de manière plus informelle entre chargé d'affaires (ou le commercial) et le technicien au retour des missions. Il y a besoin d'entendre de vive voix ce qui est resté en blanc sur les documents.

## 5. L'ambiguïté des espaces d'écriture "libre"

Mais quelle place l'organisation accorde-t-elle aux énoncés libres de ces acteurs "du terrain" ? Minimale à en voir l'allocation des espaces sur ces documents.

Dans le cas du technicien, on peut se demander si elle est même utile. Toute l'organisation semble, de manière paradoxale, à la fois insister sur le rôle de capteur d'information qu'est le technicien du SAV, et en même temps ne lui accorder qu'une part très faible d'apport d'information dans le système d'information de l'entreprise. Ce travail d'écriture "libre" sur le quart de feuillet reprendra "les événements **un peu** importants". Pour qu'ils deviennent suffisamment importants pour l'organisation, il faudra que ces événements conduisent à l'échec de l'intervention sur le terrain dans les conditions prédéterminées par l'ordre de mission. Pour le technicien cela signifie un changement de support : on attend alors de lui un rapport circonstancié. D'un seul coup son discours prend de la valeur. On voit ici que la perception de l'importance de l'événement, profondément subjective, et dont les attributs de "difficulté" vont dépendre fortement de la situation que le technicien rencontrera sur le terrain, met alors particulièrement en jeu son expérience et ses compétences devant autrui.

Le feuillet de la liasse porte en fait le discours de l'opération "réussie" où il y a peu ou rien à signaler. Il faudra plus d'une validation pour que l'énoncé du terrain soit pris en compte (il faut que les responsables d'affaires s'en saisisse, et considère à son tour l'information comme importante). Mais l'essentiel du rôle de la liasse c'est de déclencher la facturation. A sa surface les soucis du terrain, les difficultés qu'aura eu à résoudre le technicien ne seront finalement pas "inscriptibles". Ce n'est pas le lieu pour les dire.

Et c'est effectivement vers la parole que vont se tourner les techniciens, lorsque rien, aux yeux de l'organisation, n'a perturbé le processus séquentiel de l'intervention. Une parole qui sera toujours dans l'entre-deux : pas de réunion organisée, mais des lieux prédisposés. L'atelier, dont le chef de service pense et espère qu'il est un lieu "naturel" de partage d'information entre les intervenants. Plus vraisemblablement l'équipe, le cercle de personnes avec lequel le technicien avait l'habitude de travailler, et que la nouvelle organisation du travail n'a pas entièrement "cassé". Enfin, mais pas systématiquement, le bureau du chargé d'affaires ou du commercial s'il sait "laisser sa porte-ouverte", et qu'il s'intéresse aux retours d'interventions. L'écrit de la "place", pour reprendre une notion développée par Charasse (1992), semble être de peu d'importance quand il n'y a pas d'événement.

Du côté de la fiche client du commercial, c'est la partie inscrite au stylo, la partie stable qui intéresse l'entreprise. Le reste, l'écriture au crayon c'est l'espace "privé" du commercial. Il est assez

surprenant de voir sur un même document co-exister à la fois espace "privé" et espace collectif. Qu'inscrit-on sur ces espaces ? Des points à faire préciser lors d'une prochaine visite, des réponses à donner au client sur un élément particulier. Il semblerait que l'on soit davantage sur le registre du pense-bête – moins problématique à laisser en vue - que dans le registre réflexif sur sa propre activité. A preuve le caractère caché, réalisé hors temps de travail, de fichiers que l'on se fait "pour soi" sur les clients, comme nous l'a confié un de nos interlocuteurs. Fichiers dont on peut penser que, renseignés par des informations plus complètes, ou plus sensibles, ils vont permettre d'affiner une stratégie commerciale personnelle, et que l'on se garde bien de mettre dans le pot commun. Sur l'espace libre de la fiche client ne subsiste qu'un discours pauvre, qui ne dit que très peu de l'activité réelle.

## 6. Et plus si affinités

L'examen un peu attentif, de la surface des documents permet donc de voir se dessiner quelques formes de ce "travailler ensemble", même si dans les deux exemples donnés la dimension collective n'apparaît pas en premier chef. On n'est pas ici dans des logiques de mutualisation d'information pour le groupe des pairs, mais dans celui de la prescription, plus ou moins lâche de l'activité de personnes qui travaillent hors de vue de l'organisation. L'injonction de dire l'activité par l'écrit ne semble pas forte a priori : ces deux entreprises ne sont pas dans l'illusion du "tout écrit" que dénoncent Grosjean et Lacoste (1998). Il s'agit plutôt de compléter des informations préformatées par d'autres, de signifier la réalisation de l'action. Dans ces deux organisations, et pour ces écrits, le "discours" est réduit à quelques points ou l'énonciateur disparaît en tant que producteur de connaissances, pour n'être qu'un informateur, alimentant sans trop d'effort le système informatisé comptable de l'entreprise.

On est presque dans des logiques de pure exécution. Mais ce serait alors oublier la teneur de l'activité : dans l'un et l'autre cas le technicien, le commercial doit essentiellement travailler sur la relation, sur l'adaptation in situ "face" au client. Choses dont il est difficile de rendre compte et qui appartient à la construction d'un savoir **sur** place. Le seul moyen de le partager est alors la parole échangée "autour de l'événement", plus rarement le document, en voix off, entre collègues, éventuellement remontée plus haut, si affinités.

## Bibliographie

BORZEIX A., FRAENKEL B. (Dir.) *Langage et travail. Communication, cognition, action*. CNRS, coll. "Communications", 2001

CHARASSE D., "L'usine, l'écriture et la place", *Genèses*, n° 7, 1992, p. 63-93,

CONEIN B., JACOPIN, E. Action située et cognition. Le savoir en place. *Sociologie du travail*, 1994, n° 4, p. 475-500

DELCAMBRE P., *Ecriture et communications de travail*, Presses Universitaires du Septentrion, 1997

GROSJEAN M., LACOSTE M. « L'oral et l'écrit dans les communications de travail ou les illusions du tout écrit », *Sociologie du travail*, n°4, 1998, p. 439-461

JEANTET A., « Les objets intermédiaires dans la conception. Eléments pour une sociologie des processus de conception », *Sociologie du travail*, 1998, n°3, p. 291-316

LATOURE B., "Une sociologie sans objet ? Remarques sur l'interobjectivité ", *Sociologie du travail*, 1994, n° 4, p. 587-607

LAVILLE J.L. "Participation des salariés et travail productif", *Sociologie du travail*, n°1, 1993, p. 27-47

PEYRELONG M.F. in MAYERE A. *et al.*, "Mobiles, pratiques communicationnelles en entreprises et évolutions du modèle productif", Rapport interne pour le Cnet (marché n°94 1B 003), 1997, tome 2

PEYRELONG M.F., "Apports et implications de l'approche par le document". in *Les recherches en information et communication et leurs perspectives.*, Actes du 13ème congrès de la SFSIC, Marseille, 7-9 Octobre 2002, p. 195-202

PENE S., "Traces de mains sur des écrits gris", in Boutet J. (Dir.), *Paroles au travail*, L'harmattan, coll. "Langage et travail ", 1995

PENE S., BORZEIX A., FRAENKEL B. (Dir.) *Le langage dans les organisations. Une nouvelle donne*, L'Harmattan, coll. "Langage et travail ", 2001

QUERE L., " La situation toujours négligée", *Réseaux*, n° 85, 1997

THEVENOT L., "Les investissements de forme", *Cahiers du centre d'Etudes de l'emploi*, 1985, p. 21-71

VELTZ P., ZARIFIAN P. "Vers de nouveaux modèles d'organisation", *Sociologie du travail*, n°1,1993, p. 3-25

ZARIFIAN P., *Travail et communication*, PUF, coll. "sociologie d'aujourd'hui", 1996