

L'élaboration et la réception de fichiers power point en entreprise : instrument technologique ou dispositif de régulation organisationnelle

Gérald Gaglio, Michel Marcoccia, Manuel Zacklad
Laboratoire Tech-Cico, Institut Charles Delaunay, Université de Technologie de Troyes

Après avoir colonisé le monde du travail, le logiciel Power Point, via la création des diapositives numériques qu'il permet, irradie en permanence de nouvelles sphères. Cette omniprésence devient presque contraignante et a engendré maintes critiques. On voit ainsi fleurir une contestation de l'usage intempestif des diapositives numériques (principalement aux Etats-Unis) allant de la satire (Stewart, 2001 ; Tufte, 2003a), à une argumentation semi-académique (Tufte, 2003b, Parker, 2001). Le projecteur est pointé sur les effets pervers de l'utilisation intensive de ces présentations : le « slideware » (Tufte, 2003a) amènerait à privilégier la forme au fond. Ce dernier, pris dans une rhétorique de la séquentialité (Kjeldsen, 2006), deviendrait fragmenté, pauvre et empêcherait la transmission d'informations complexes, voire entraînerait des incompréhensions conduisant à des désastres comme la chute de la navette Columbia (Tufte, 2003b). Ce mode de communication conduirait de surcroît à un effacement du présentateur au profit du document projeté, et partant génèrerait l'ennui dans des millions de salle de réunion à travers le monde.

Cette posture critique, sans être ignorée, tentera d'être dépassée. De plus, notre propos se recentrera sur le champ des organisations où l'élaboration, la présentation puis la transmission des diapositives numériques constitue désormais un processus organisationnel usuel. Plusieurs options s'offrent alors, tant notre objet de recherche est fuyant. Il est d'abord possible d'explorer ces documents en tant que modalité communicationnelle hybride mixant un écrit souvent multimédia projeté sur un grand écran, et un oral de complément. Cet objet peut être aussi investigué au regard de son *efficacité*, tant du point de vue linguistique, que des actions et décisions concrètes auxquelles il conduit (Atifi, Gaglio, 2006). A la suite de Yates et Orlikowski (2006), les présentations de diapositives numériques seront plutôt envisagées comme un *genre* de communication. Un genre¹ est relié à des actions de communication, qui, à la fois, ouvrent des possibles, enferment les acteurs et suscitent des attentes. On peut les caractériser grâce à 6 questions : Why ? What ? Who ? How ? When ? Where ?

Quelle est alors la spécificité du genre « diapositives numériques » dans la constellation des écrits circulant dans les entreprises (mail, tableau excel, document word...) ? Doit-on parler de genre au singulier ou au pluriel ? Quelle est leur portée dans la vie de l'organisation ? Comment en prendre la mesure au sein même des documents ?

Des pistes de réponse seront apportées dans cet article. Pour ce faire, et contrecarrant le constat de Farkas (2006) sur la faiblesse des données empiriques mobilisées sur ce sujet, deux méthodes seront ici exploitées (l'analyse linguistique de corpus et l'observation participante) et un terrain sera investigué : une direction « nouveaux services » d'un opérateur de téléphonie mobile, dans laquelle un des auteurs a évolué pendant plus de 10 mois en tant

¹ « Genres are indicative of what communities do and do not do (purpose), what they do and do not to value (content), what different roles members of the community may or may not play (participants), and the conditions (time, place, form) under which interactions should and should not occur » (op.cit. p.5).

que chargé d'études marketing (décembre 2004-septembre 2005). Ce poste a permis de collecter un grand nombre de documents Power Point, de même qu'il va aider à en restituer le contexte et en tirer une compréhension globale. Cet emploi a aussi mis en présence de nombreux projets de développement de service, d'individus les portant (les chefs de produit), des hiérarchiques les évaluant (les managers), de fonctions-supports (études, process, technique, marketing, finance...) y contribuant, les présentations de diapositives numériques jalonnant ce processus.

Ainsi, dans un premier temps, nous montrerons que les réunions de présentations de ces documents supposent préalablement une écriture ou une réécriture de présentations, ce qui donne à voir conjointement l'apparition d'un interdiscours ainsi qu'une gestion particulière de l'hétérogénéité énonciative. Dans un deuxième temps, le « pourquoi » de la rémanence de situations de réunion de « prés' », dans l'environnement étudié, sera éclairé, à l'intérieur du mode collaboratif en projet. Enfin, nous avancerons que l'usage des diapositives numériques s'inscrit dans la constitution d'un corpus ressource pour les acteurs et peut être assimilé à un « écrit théâtral ».

I DIAPOSITIVES NUMERIQUES, INTERDISCOURS ET HETEROGENEITE ENONCIATIVE

Les diapositives numériques dans les organisations sont souvent les produits d'un processus d'élaboration collective, mettant en jeu divers acteurs. On peut illustrer cette situation par l'exemple suivant : l'élaboration d'une série de diapositives numériques, qui relate et met en scène une étude de créativité sur « la télévision en mobilité » (« *quels contenus télévisuels pourraient être proposés en accès à partir d'un téléphone portable ? Quelles sont les attentes des clients ?* »). Le résultat de cette étude de créativité est un document composé de diapositives numériques, servant de support pour une présentation dans l'entreprise. Elle a ensuite alimenté une série d'autres documents. Plus généralement, le processus d'élaboration étudié peut être découpé en cinq phases.

Phase 1 : la commande. Un service de l'entreprise définit le *brief* d'une étude sur les services à venir de télévision sur mobile, les enjeux de l'étude, les questions à traiter. L'étude sera réalisée par un institut externe à l'entreprise. Cette phase se réalise après la production d'un document de diapositives numériques (1), fruit d'un séminaire interne au sein duquel les objectifs du projet ont été arrêtés.

Phase 2 : l'étude. L'institut choisi pour l'étude livre sa réalisation, sous la forme d'un document de type Power Point (2).

Phase 3 : les documents de travail. Le document (2) fait l'objet de diverses synthèses au sein de l'entreprise commanditaire, mettant en avant divers éléments de l'étude selon les interlocuteurs concernés. Ces documents de travail (3) sont le plus souvent des présentations de diapositives numériques.

Phase 4 : la synthèse préalable. Une sorte de méta-synthèse est commandée à un chargé d'études de l'entreprise, qui produit alors un court document de « diapos » (4) proposant une traduction de l'étude initiale (2) au chef de projet. Ce document est en fait une partie du document final.

Phase 5 : le document final. Il s'agit d'une longue présentation de diapositives numériques (5), servant de support à une présentation du chef de projet (qui fait partie de ceux qui ont élaboré la commande) aux dirigeants de l'entreprise. Elle comprend la partie « étude » (première partie du document) (4) mais aussi d'autres contributions de différents services (juridique...). Nous nous focaliserons sur la partie « étude ».

Si l'on s'intéresse à la nature des discours produits au cours de ce processus d'élaboration documentaire, quelques points importants sont à noter. Tout d'abord, tous les documents entretiennent des relations étroites. Ainsi, le document 2 est une réponse au document 1. Les documents produits au cours de la phase 3 sont essentiellement des synthèses, des analyses ou des reformulations du document 2. Le document 4 a ce même statut mais il est aussi directement lié au document 5, dont il constitue une sorte de brouillon. Ainsi, pour chaque document, l'ensemble des autres documents du dossier constitue un interdiscours, c'est-à-dire un ensemble d'unités discursives avec lesquelles un discours particulier entre en relation implicite ou explicite. Cela implique que la production de chaque document s'appuie sur un pré-construit. En reprenant les thèses de Pêcheux (1975), on peut souligner l'effet d'assujettissement des discours par rapport à l'interdiscours dans lequel ils s'intègrent. En d'autres termes, l'identité d'un discours se limite à son maintien dans l'interdiscours. Comme le note Maingueneau (1997), l'énonciation ne se développe pas sur la ligne d'une intention individuelle fermée, elle est de part en part traversée par les multiples formes de rappel de discours déjà produits et par la menace de glisser dans ce qui n'est pas dicible dans cet interdiscours.

Dans le corpus étudié, on observe de nombreux phénomènes discursifs qui peuvent être associés à la prégnance de cet interdiscours sur la production des documents. Ainsi, certaines thématiques s'imposent dans l'interdiscours et leur importance se manifeste par des phénomènes de reprise lexicale. Par exemple, le document (1) insiste sur l'argument de la personnalisation des services (« *le véritable lancement de la vidéo mobile avec une forte mise en avant de la thématique personnalisation* »). Ce terme est alors repris de nombreuses fois dans le document (2) (« *une personnalisation optimale* », « *réduite* », « *forte personnalisation des programmes* », « *une forte personnalisation* », « *bénéfice : la personnalisation* », « *la personnalisation des informations* », etc.) et dans les documents (4) et (5).

En revanche, d'autres thématiques (et les procédés discursifs qui les portent) ne circulent pas d'un document à l'autre et ne semblent donc pas être des éléments constitutifs de cet interdiscours. Par exemple, le document (2) décrit les services à développer comme « *attractifs, simples, ludiques, porteurs* ». Il est intéressant de constater que seule la thématique de la simplicité était initiée dans le document (1) (« *interactivité simple* ») et que seule celle de la ludicité est reprise dans les documents (4) et (5) (« *ludique, humour, légèreté* »). On voit que le document constituant la commande ne contraint pas totalement l'étude, et que cette dernière n'instaure pas non plus un cadre thématique et lexical fortement contraignant pour les documents qui en constituent la synthèse.

De la même manière, le document (2) propose une typologie des services susceptibles d'être mis en oeuvre : « *les fractionnés, les contextualisés, les thématiques, les personnalisés, les localisés* ». On pourrait imaginer que, par leur nature classificatoire, ces termes servent de pivots pour les autres documents. En fait, une restriction s'opère dans un des documents de travail de la phase 3, dans lequel ne sont plus présentés que les « *fractionnés* », les « *thématiques* » et les « *personnalisés* ». Une nouvelle restriction est observable dans le document (4), où on ne parle plus que de « *fractionner des programmes* ». Tout au long de ce processus de réinvention documentaire, on observe en réalité la succession de différents genres de documents : la commande correspond à un discours assertif et directif (un état des lieux assorti de questions), l'étude entretient naturellement quelques rapports avec les discours didactiques ou scientifiques : il s'agit avant tout de décrire, d'analyser, de classer. De ce point de vue, proposer des listes de catégories est bien une manifestation de la rhétorique scientifique, même s'il s'agit principalement là d'un effet de style. A partir de la phase 3, les documents de diapositives numériques utilisent le document (2) en essayant d'en tirer des « *éléments d'exploitation* » pour l'entreprise. A cette phase, l'objectif est de définir un plan d'action pour proposer concrètement de nouveaux services sur les mobiles. On observe ainsi

une reconfiguration sémantique et pragmatique des thèmes au cours du processus, allant de l'étude jusqu'au document strictement opératoire.

Parmi les différents documents formant l'interdiscours, le document final (5) occupe une place privilégiée. Tout d'abord, il est utilisé dans une présentation assurée par une des personnes ayant lancée la commande et dirigée le processus. D'une certaine manière, on note un phénomène de « retour à l'envoyeur », qui donne une place centrale à cet acteur. De plus, ce document est vraisemblablement la seule trace du processus qui sera exposée aux destinataires finaux. Ainsi, on comprend que l'étude initiale n'existe aux yeux des dirigeants de l'entreprise qu'à travers son exploitation et sa reformulation. Ce document final peut donc être analysé comme une mise en scène du processus et, surtout, des différents acteurs qui y ont participé. Même si il est présenté ou pris en charge par une seule personne, il s'agit d'un document qui met en jeu plusieurs auteurs. En analyse de discours, on dira que ce document est fortement marqué par l'hétérogénéité énonciative, directement héritée de la notion de dialogisme chez Bakhtine (1978).

Selon Authier-Revuz (1982), l'hétérogénéité énonciative est constitutive de tout discours, qui se structure à travers ses relations avec d'autres discours, indépendamment des traces visibles des ces autres discours. Les mots sont toujours les mots des autres, le discours est tissé des discours d'autrui. Partant de ce concept, on peut aussi réfléchir à l'hétérogénéité énonciative propre à certains discours. Parallèlement au dialogisme généralisé, certains discours ont une hétérogénéité énonciative spécifique à leurs conditions de production. Ainsi, le document final de diapositives numériques est le produit d'un processus d'élaboration collectif et, à ce titre, il n'est pas issu d'une seule source énonciative. On peut donc parler d'hétérogénéité énonciative spécifique (il mêle différentes sources énonciatives correspondant aux différents acteurs du projet) et, si l'on veut, d'hétérogénéité constitutive (il est aussi pris dans un dialogisme généralisé).

Dans notre cas, l'hétérogénéité énonciative est *montrée*² car le discours rend identifiable de manière explicite les différentes sources énonciatives (citation en style direct, marques autoriales, etc.) : l'institut d'étude est par exemple clairement identifié comme énonciateur originel. En effet, le logo de l'institut d'études est présent sur la première page du document. En revanche, dans le corps du document, l'hétérogénéité est plutôt masquée, dans la mesure où aucun élément du discours ne peut être attribué à d'autres énonciateurs. Certains phénomènes manifestent cependant cette hétérogénéité, mais uniquement si l'on a accès aux documents préalables. Ainsi, on note que certaines « slides » du document (4) sont reprises presque intégralement dans le document (5), qui en modifie néanmoins le titre. Le contenu de la diapositive 17 du document (4) (« *Types d'idées de services à développer, à l'issue de cette présentation* ») est repris totalement dans la diapositive 9 du document 5, mais avec une modification du titre (« *Types d'idées de services à développer, à l'issue de l'étude créative* »). Pour les destinataires finaux, il est en revanche impossible d'identifier les autres sources énonciatives que celle de la personne leur présentant le document. Pour autant, cette personne ne se pose pas comme auteur du document : son nom ne figure pas en première page. On a en fait un dispositif d'énonciation collectif plutôt que pluriel. L'auteur du document est une instance collective, issue de la fusion des deux entités signalées comme auteurs : le service d'études interne et l'institut prestataire. La personne qui assure concrètement la présentation du document a cependant un rôle central. Par rapport aux autres

² A la suite de Authier-Revuz (1982), on peut distinguer cette hétérogénéité énonciative de deux autres formes :

- l'hétérogénéité manifeste, lorsque le discours donne implicitement accès à d'autres sources énonciatives (par des emprunts lexicaux, l'usage de guillemets, etc.).
- l'hétérogénéité masquée : lorsque le discours se présente comme n'étant portée que par une seule source énonciative, par un travail de « lissage » de l'énonciation (reformulation, changement de style ou de registre, etc.).

sources d'énonciation, elle occupe un rôle de locuteur porte-parole (Ducrot, 1984)³ : elle parle au nom d'un collectif invisible et même si on ne trouve pas de marques explicites des autres sources énonciatives, l'énonciation n'est pas non plus prise en charge individuellement. De surcroît, ce rôle de porte-parole est stratégique car il permet de se dissoudre dans le collectif tout en l'incarnant, de faire à la fois « le modeste et l'important » (Marcoccia, 1994).

Au-delà de problématiques strictement énonciatives, cette analyse sous-tend, grâce à des manifestations discursives au sein des documents (reprise, sélection de termes et de thèmes, hiérarchisation...), des relations de place et de négociation dans le collectif ayant élaboré lesdits documents. En contrepartie, la potentialité de s'approprier, de réinterpréter en permanence les traces produites par de multiples énonciateurs ouvre un champ des possibles toujours plus grand, pouvant être une des modalités de la « montée en compétence » pour certains acteurs et d'un sentiment d'appartenance a minima.

Cela emboîte le pas aux enjeux organisationnels qui vont suivre, tous liés à la profusion de diapositives numériques dans l'entreprise étudiée.

II LA SITUATION DE « PRES' » : UNE RECOMPOSITION PROVISOIRE DE COLLECTIFS ECLATES, ENTRE BALISAGE DES PROJETS ET NORMATIVITE

Dans l'environnement observé, la récurrence des réunions cadencées par la présentation de documents concentrant des diapositives numériques est frappante⁴. Cela n'est étonnant que dans une certaine mesure. Comme le montre Licoppe (2000), les instruments de communication internes se sont multipliés conjointement à l'apparition de la firme chandlerienne aux Etats-Unis dès la fin du 19^{ème} siècle, et sont liés à l'avènement du « management systématique » : les présentations où l'on dit ce que l'on fait et ce que l'on va faire, auxquels nous avons assisté, n'en sont que les prolongements. Ensuite, Yates et Orlikowski (2006) notent que les présentations de diapositives numériques s'inscrivent dans la lignée des « business presentation » (présentations marketing, de résultats, projets de développement etc), également plus anciennes. Pour finir, l'usage du vidéoprojecteur est une sophistication technique du rétroprojecteur permettant l'affichage de « transparents », dont Morel (2002) pointait l'absurdité du fait de leur illisibilité. Dans le contexte exploré, où les « *services de demain* » doivent être pensés, rajoutons que ces présentations servent à donner l'impression d'un ordre de marche cohérent et d'une prévisibilité, alors que le marché est tâtonnant : pour l'heure, dans leur grande majorité, les consommateurs ne suivent pas les incitations des offreurs dans le dessein d'un « Internet mobile » par exemple.

Plus précisément, ces présentations semblent s'inscrire dans la continuité de l'organisation en mode projet adoptée dans l'entreprise étudiée, en plus d'être congruente avec un discours valorisant la communication, la transversalité et la transparence (Zarifian, 1996). Le mode projet, pris dans sa quotidienneté, implique l'instauration d'une confiance réciproque, de dons contre dons l'alimentant et comprend un risque de fragilisation identitaire compte tenu de ses incertitudes (Cihuelo, 2005). Il tente aussi, en tant que mode d'organisation du travail, d'ordonner temporellement lesdits projets à l'aide des « lots » et des « livrables ». Le document de diapositives numériques présenté en public permet le plus souvent de faire le point sur le projet, de témoigner de son avancée ou de distiller des

³ Ducrot (1984), dans sa théorie de la polyphonie énonciative, rend compte de deux autres rôles : celui d'énonciateur parmi d'autres (sa voix est identifiée avec celle des autres), et celui de simple intermédiaire (elle se contente de présenter un document produit par d'autres)

⁴ L'intervention fréquente des cabinets de conseil en entreprise alimente aussi à cette tendance.

informations à son sujet (présentation d'une étude marketing le concernant, diffusion d'une synthèse...). En d'autres termes, ces documents accompagnent les projets et les balisent. De plus, les projets incorporant des compétences diverses, *l'événement* représenté par la réunion de présentation permet de recomposer, au moins provisoirement, des collectifs éclatés. D'une part, ces collectifs de projets sont éclatés à la fois spatialement et temporellement. *Spatialement* car le travail ne se réalise pas au sein d'un lieu unique et que les individus sont investis dans plusieurs scènes, notamment via l'usage du mail et du téléphone, mais aussi par l'intermédiaire de rencontres avec des membres extérieurs à l'organisation. *Temporellement*, car les échanges sur ces différentes scènes ne s'alignent pas sur la même temporalité. En réinjectant de l'échange en face à face en mode synchrone, la réunion de présentation de diapositives numériques constitue une pause et recompose provisoirement ces collectifs. D'autre part, les individus s'agrégeant dans ces collectifs de projets sont engagés dans des réseaux aux frontières incertaines ayant des échéances temporelles leur étant propre, des types de relations et des enjeux spécifiques : le marketing est un segment organisationnel en situation de domination relative dans la direction étudiée, et n'a, par exemple, ni les mêmes interlocuteurs, ni les mêmes contraintes, ni les mêmes codes professionnels que les ingénieurs en télécommunications. Les réunions de présentation de diapositives numériques favorisent à minima un sentiment de cohérence organisationnelle en mettant autour d'une même table, et au même moment, les principales parties prenantes des projets.

Cette recombinaison temporaire des collectifs comporte également une dimension normative car elle s'impose aux acteurs. Il « *faut faire une prés'* » et se réunir pour en discuter, devient un guide pour l'action acceptable pour les membres de la direction étudiée et est une réponse pragmatique à des problèmes récurrents : comment restituer des résultats, témoigner de l'avancement des projets, travailler en groupe en mutualisant des expertises diverses ? Cela ne sera pas développé, mais cette normativité semble alimentée par la dimension rituelle de ces situations, au sens profane du terme (Rivière, 1995), tant du fait de la répétition de ces réunions, que de la trame de leur déroulement (invitation par e-mail, installation du matériel, présentation, conciliabule, questions...).

Cela étant, force a été de noter que les réunions de présentation d'avancement de projets sont souvent organisées à la demande des managers et des dirigeants. D'aucuns y verront un accroissement du contrôle hiérarchique engendré par les NTIC. Cet argument peut être concurrencé par une seconde interprétation : les salariés qui s'adonnent à ces présentations y trouvent leur compte. Premièrement, ils se font connaître ou (re)voir de responsables leur étant parfois éloignés dans l'organigramme. Deuxièmement, ils tentent d'y « *faire passer des messages* », c'est-à-dire de susciter l'adhésion des décideurs sur leur manière de conduire le projet et de légitimer des moyens pour le mener à terme. Troisièmement, dans cette direction de « développement » et non de « commercialisation », on ne dispose pas de *prises* objectives comme le chiffre d'affaire réalisé pour évaluer le travail accompli. La présentation est alors un exercice commode pour témoigner de sa capacité à « bien présenter » (au propre comme au figuré), à mettre en réseau différents interlocuteurs internes, externes, et de rassurer sur le bon déroulement du projet.

La portée organisationnelle de ces présentations, à la fois fonctionnelle et plus symbolique de recombinaison provisoire de collectifs de projets éclatés, est maintenant mieux cernée, de même que la rémanence de leur recours. Cette compréhension inductive invite à préciser l'assertion selon laquelle La présentation de diapositives numériques est un genre de communication (Yates, Orlikowski, 2006). Ce processus organisationnel semble conquérir, via ses usages, un espace allant au-delà des contenus qui y sont transmis et débattus. Cet

espace ne peut toutefois être considéré comme autonome : il est tributaire de décisions prises en amont, en aval, ainsi que d'autres sources d'informations parvenant sous forme documentaire (mail, fichier Word, Exel...) ou par oral. C'est cet aspect qui va être développé maintenant.

III LES PRESENTATIONS PROFESSIONNELLES DE DIAPOSITIVES NUMERIQUES : CONSTITUTION D'UN CORPUS POUR SOI ET « ECRIT THEATRAL »

En accord avec les théoriciens de la communication organisationnelle (Taylor et al, 1996) nous considérons dans cette partie les échanges langagiers à caractère oraux ou écrits comme étant un des principaux moyens de la création de valeur au sein des organisations (Zacklad, 2005a). Plus précisément, ceux-ci relèvent pour nous de la réalisation de transactions⁵, qui sont à la fois l'occasion de la réalisation de productions plus ou moins originales (œuvre ou objet) et d'individuation d'acteurs (soi ou agent) individuels ou collectifs. Dans le contexte de l'analyse transactionnelle de l'action (Zacklad 2005b), les productions langagières correspondent à des productions sémiotiques qui peuvent être décomposées en un contenu sémiotique (pouvoir d'évocation et effets potentiels) et un médium (support et forme d'expression).

Dans les situations qui impliquent un accroissement de la distribution spatio-socio-temporelle des transactions (accroissement de la chaîne des transactants, extension temporelle et spatiale des échanges), il est nécessaire de recourir à des supports pérennes qui faciliteront la circulation des productions sémiotiques. Pour aider cette circulation, les acteurs sont amenés à documentariser le support c'est-à-dire à l'équiper d'attributs qui faciliteront la navigation à l'intérieur de celui-ci et son rangement parmi d'autres supports.

Les diapositives numériques comme composantes d'un corpus ressource dans un champ sémiotique transactionnel

Dans ce cadre d'analyse, les diapositives numériques constituent un type particulier de « Documents pour l'Action » (DopA) qui servent de support à la coordination de collectifs éclatés et qui possèdent les caractéristiques suivantes : réalisateurs multiples dont les relations ne sont pas formalisées, fragmentation et relation argumentative complexe entre les fragments, inachèvement prolongé, pérennité (Zacklad 2004). Le cas discuté est une bonne illustration de ces caractéristiques, comme le montrent notamment les analyses précédentes : une diversité d'acteurs au sein d'un réseau dont les contours sont fluctuants, des phénomènes divers d'emprunts entre les diapositives, une trame argumentative évolutive progressivement élaborée au fur et à mesure de la circulation des transparents par messagerie. La proximité entre certains jeux de diapositive et leur regroupement au sein d'un répertoire électronique pourrait nous amener dans ce cas à parler de dossier pour l'action, chaque pièce du dossier correspondant à une composante d'un flux documentaire (Gaglio & Zacklad 2006).

Plus généralement la question du champ discursif considéré est posée (Maingueneau, 1983), de même que celle de l'interdiscours déjà évoqué plus haut (Pêcheux, 1975), ou encore de l'intertexte constituant un corpus, dans la terminologie de Rastier (2001). Les jeux de diapositives, souvent associées à des messages électroniques, des fichiers de texte ou de liens internet, sont intégrés dans un écosystème documentaire propre à l'activité considérée. Mais cet écosystème devrait lui-même être resitué à l'intérieur d'un ensemble de productions

⁵ En un sens différent de celui de l'économie et en partie différent de celui de Taylor et al.

sémiotiques orales, réalisées à l'occasion de présentations en réunion, de conversations en face à face ou d'échanges téléphoniques. Dans les termes de l'analyse transactionnelle de l'action, nous parlerons alors d'un champ de productions sémiotiques interdépendantes dans le cadre d'un projet transactionnel donné (champ sémiotique transactionnel) réunissant un réseau de transactants plus ou moins impliqués.

A l'intérieur de ce champ, certaines productions sémiotiques auront été réalisées sur des supports pérennes, notamment électroniques, puis documentarisées. Elles constituent alors le corpus documentaire du projet transactionnel (corpus transactionnel) qui est un sous-ensemble du champ de productions sémiotiques dont l'articulation plus ou moins effective pourra constituer un ou plusieurs dossiers pour l'action. Le champ de productions sémiotiques associées au projet transactionnel constitué de performances orales et de documents sur support papier et numérique constitue une ressource essentielle pour le travail coopératif, à la fois pour en comprendre les enjeux, pour bénéficier des productions intermédiaires et pour légitimer sa participation au sein du collectif porteur du projet transactionnel. S'il est facilement accessible, le corpus transactionnel en est la ressource la plus facilement convertible. C'est à l'intérieur de ce corpus que les acteurs vont pouvoir puiser plus ou moins librement pour réaliser leurs propres productions en ré-agencant les fragments documentaires pour servir leurs objectifs.

Un « écrit théâtral » constitutivement incomplet et intrinsèquement ambigu

Au sein du corpus étudié, les fichiers de diapositives ont un statut particulier du point de vue des modalités de médiation des transactions. Leur vocation première est de servir de médiation lors de transactions synchrones dans lesquelles les transactants sont co-présents. A ce titre, elles sont constitutivement incomplètes puisqu'elles ont vocation à être commentées oralement durant la présentation : elles constituent des productions semi-indépendantes qui sont conçues pour servir de support à une performance orale dans une situation transactionnelle de référence. Pour bien les interpréter, lors d'une lecture postérieure, la connaissance des paramètres de cette situation transactionnelle est indispensable (transactants présents, objectifs poursuivis, cadre spatio-temporel, etc.). Elles sont, de ce point de vue, comparables à certains comptes-rendus de réunion dont le laconisme peut s'expliquer par la référence implicite à une situation passée.

Les diapositives numériques sont souvent imparfaitement documentarisées tant du point de vue de l'articulation interne des fragments (contexte) que de celui de leur articulation avec d'autres composantes du champ sémiotique (intertexte). Pour le premier point, on considérera que les transitions argumentatives qui s'inscrivent pour l'essentiel dans un parcours arborescent, sont potentiellement moins subtiles qu'elles ne peuvent l'être dans d'autres types de texte. Pour le deuxième aspect, on considérera que leur inscription dans un corpus de type dossier est souvent moins justifiée que ne peuvent l'être des rapports ou des documents de type texte rédigé ou formulaire au sein de dossiers professionnels types (p.e juridique, démarche qualité, conception technique...). La date de la réunion et la mention des participants présents, quand ils sont mentionnés, tiennent souvent lieu d'unique justification à la présence d'un jeu de transparent dans un corpus transactionnel.

Comme vu en introduction, ce défaut de structuration et de documentarisation des diapositives numériques a été souvent critiqué. Nous souhaitons souligner, a contrario, que le flou associé à ces documents est également une des raisons de leur succès croissant. En relâchant les normes associées à la production des textes écrits plus traditionnels, les diapositives numériques imposent un nouveau genre d'écrit dont l'interprétation s'appuie sur les situations

d'oralité pour lesquelles ils sont conçus (même si dans certains cas une présentation orale n'a pas lieu). Avec les diapositives numériques, les marques de l'oralité dialogique caractéristiques de certains écrits numériques de type chat ou forum (Marcoccia, 2004) sont absentes puisque ces présentations orales ne s'apparentent pas véritablement à des dialogues et que le présentateur est présent pour accentuer et nuancer le texte de la diapositive.

Néanmoins la lecture « après coup » du jeu de diapositives tient compte des caractéristiques de la situation d'énonciation originelle qui mixte lecture à voix haute et commentaire additionnels. De ce fait, les diapositives numériques s'apparentent à un *écrit théâtral*, essentiellement monologal, qui à la différence des œuvres théâtrales publiées font souvent l'économie de la présentation du contexte narratif, de l'agencement de la scène et du statut des personnages. Ce statut intermédiaire de l'écrit théâtral associé aux diapositives numériques offre un double bénéfice aux rédacteurs, à la fois d'ordre cognitif et interactionnel : *cognitif* car réduisant l'investissement rédactionnel s'agissant de l'articulation interne (l'argumentation proprement dite) et externe (positionnement par rapport à d'autres documents antérieurs) du document ; *interactionnel* car permettant au rédacteur de préserver l'ambiguïté de sa production sémiotique, le caractère constitutivement incomplet des diapositives numériques prémunissant des critiques menaçantes par l'invocation de cette incomplétude, tout en autorisant la défense de certaines opinions.

Conclusion

Arrivé au terme de ce parcours, l'idée que la *situation* de réunion de présentation de diapositives numériques en milieu organisé constitue un genre de communication, est retenue, au-delà du support matériel qui permet la présentation. Cette situation assure, parmi d'autres modalités, une fonction de recomposition provisoire de collectifs éclatés, spécialement dans le cadre du mode projet. Cela étant, dès lors que la focale d'observation se relâche ou se resserre, la notion de genre ne supporte plus l'analyse. En effet, en sus du *moment* de la présentation des diapositives, les multiples échanges oraux, écrits, en coulisse ou sur des scènes plus formelles, quadrillent certainement davantage les processus organisationnels. En entrant dans les détails du contenu de ces documents de diapositives numériques, nous avons également pu observer la multiplicité de sous-genres (étude, projet, document de travail intermédiaire...) et le glissement possible des uns vers les autres.

Références

Atifi H., Gaglio G. (2006), Apports d'une approche pragmatique et sociologique pour l'étude des documents « numériques », article proposé au colloque CIDE.9 (colloque sur le document électronique).

Authier-Revuz, J. (1982) : Hétérogénéité montrée et hétérogénéité constitutive : éléments pour une approche de l'autre dans le discours, *DRLAV*, 26 : 91-151.

Bakhtine M. (1978) : *Esthétique et théorie du roman*, Paris, Gallimard (première édition : 1975).

Cihuelo J. (2005), Le quotidien du projet : solidarité, confiance et insécurité psychologique, dans Minguet G. et Thuderoz C. (dir.), *Travail, entreprise et société : manuel de sociologie pour ingénieurs et scientifiques*, Paris, PUF.

Ducrot, O. (1984) : Esquisse d'une théorie polyphonique de l'énonciation, In *Le dire et le dit*, Paris, Minuit : 171-233.

- Gaglio G., Zacklad M. (2006), La circulation documentaire en entreprise comme analyseur de pratiques professionnelles : une étude de cas, *Sciences de la société*, n°68 : 93-111.
- Farkas (2006), Toward a better understanding of Power Point desk design, *Information Design Journal*, n°14 : 162-171.
- Kjeldsen J., (2006), The rhetoric of Power Point, *Seminar.net*, vol.1.
- Licoppe C. (2000), Méthodes managériales, technologies de l'information et formes de la communication dans les entreprises américaines à la fin du XIX siècle, *7^{ème} école d'été de l'ARCO*, Bonas, 10-21 juillet.
- Maingueneau, D. (1997) : *L'analyse du discours*, Paris, Hachette.
- Marcoccia, M. (1994) : *Le rôle de porte-parole dans le discours politique. Analyse sociopragmatique*, Thèse de doctorat en Sciences du langage, dirigée par C. Kerbrat-Orecchioni, Université Lumière-Lyon 2.
- Marcoccia M. (2004), La communication médiatisée par ordinateur : faire du face à face avec de l'écrit, *Journée d'étude de l'ATALA* : 1-4.
- Morel C. (1992), *Les décisions absurdes*, Paris, Gallimard.
- Parker I. (2001), Absolute Power Point, *The New Yorker*, 28 mai.
- Pêcheux, M. (1975) : *Les vérités de La Palice. Linguistique, sémantique, philosophie*, Paris, Maspéro.
- Rastier F. (2001), Sémiotique et science de la culture, *Linx*, 44-45 : 149-168.
- Rivière C. (1995), *Les rituels profanes*, Paris, PUF.
- Stewart T. (2001), Ban it now ! Friends don't let friends use Power Point, *Fortune*, 5 février.
- Taylor J., Coreen F., Giroux N., Robichaud D. (1996)? The communicational basis of organization : between the conversation and the text, *Communication theory*, 6:1, 1-39.
- Tufte E. (2003a), Power Point is evil : Power corrupts, Power Points corrupts absolutely, *Wired*, 11 septembre.
- Tufte E. (2003b), *The cognitive style of Power Point*, Cheshire, CN : graphics press LLC.
- Yates J.A., Orlikowski W. (2006), The Power Point Presentation and its corollaries : how genres shape communicative action in Organizations, dans Zachary M., Thralls C. (eds), *The cultural turn : perspectives on communicative practices in workplaces and professions*, Baywood, NY.
- Zacklad M. (2004), Processus de documentarisation dans les documents pour l'action (DoPa) : statut des annotations et technologies de la coopération associées, Actes du colloque : *Le numérique : impact sur le cycle de vie du document pour une analyse interdisciplinaire*, 13-15 octobre 2004, Editions de l'ENSSIB. Montréal.
- Zacklad M. (2005a), *Transactions communicationnelles symboliques : innovation et création de valeur dans les communautés d'action*, in Lorino P., Teullier R., *Entre la connaissance et l'organisation, l'activité collective*, Paris, Maspéro.
- Zacklad M. (2005b), Transactions communicationnelles et actes de langages dans l'économie des services, In Chabrol M., Orly-Louis C., Najab F. (eds), *Interactions communicatives et psychologies*, Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle.
- Zarifian P. (1996), *Travail et communication*, Paris, PUF.