



Communication organisationnelle

Sylvie Grosjean et Luc Bonneville

Table des matières (non finale)

CONFIDENTIEL

Vous ne devez ni reproduire ni faire circuler ce document de travail.

Il nous fait plaisir de partager le présent document de travail avec vous afin de vous donner une idée de l'orientation de la prochaine édition de l'ouvrage. Veuillez noter qu'il ne s'agit pas de la version finale et corrigée de la table des matières, et que par conséquent elle peut comporter certaines erreurs ou coquilles et est sujette aux changements d'ici la parution du manuel.

Des questions ?

Communiquez avec votre représentant ou appelez au 514 273-1066 ou, sans frais, au 1 800 565-5531, poste 2147.

Table des matières

Avant-propos	iii
Remerciements.....	vi
Présentation des auteurs.....	vii
Partie I Histoire et approches	2
Chapitre 1 La communication organisationnelle : histoire, enjeux et fondements	3
Introduction	4
1.1 La communication organisationnelle en Amérique du Nord	5
1.1.1 Un champ d'études en émergence (1900-1970)	5
1.1.1.1 Les racines.....	6
1.1.1.2 La phase de consolidation	8
1.1.2 La cristallisation (1970-1990) : le champ d'études devient une discipline	8
1.1.2.1 La préoccupation principale : la communication dans l'organisation	9
1.1.2.2 Un biais managérial évident (Redding, 1985).....	9
1.1.2.3 L'autre communication.....	9
1.1.3 Le « virage » interprétatif (1980-1990)	12
1.1.3.1 La conférence d'Alta	12
1.1.3.2 La création d'un programme d'études à l'Université de Montréal	13
1.1.4 Le « virage » discursif et la problématisation du concept d'organisation (1990-2000).....	14
1.1.5 La constitution communicative de l'organisation (2000-2010)	15
1.1.5.1 L'école de Montréal : matérialité, action et discours.....	16
1.1.6 Conclusion	18
1.2 La communication organisationnelle en France	18
1.2.1 Les disciplines des sciences humaines et sociales (SHS) et leurs rapports avec les objets de recherche « communication » et « organisations » (1945-1990)	19
1.2.1.1 Évolution des SHS en France après la Libération	20
1.2.1.2 Entreprises, organisations : comment les disciplines se sont-elles rapprochées de ces objets?.....	20
1.2.1.3 L'institutionnalisation d'une nouvelle discipline : les « sciences de l'information et de la communication » (1970-1985)	22
1.2.2 L'émergence d'un champ professionnel et des formations supérieures en SIC (1975-1995)	25
1.2.3 L'émergence de travaux en « communication dans les organisations » au sein des SIC (1970-2000)	26
1.2.3.1 Le domaine de la communication organisationnelle et son « portage » par les SIC	26
1.2.3.2 Un état des travaux de la première génération de professeurs dans ce champ scientifique	27
Conclusion : depuis 2000.....	30
Guide de révision	31

Chapitre 2 Les approches fonctionnalistes	32
Introduction	33
2.1 Le fonctionnalisme : ses origines	33
2.1.1 La notion de fonction	33
2.1.2 Le fonctionnalisme comme courant de pensée en sciences sociales	34
2.2 Les deux principales approches fonctionnalistes	35
2.2.1 L'école classique	35
2.2.1.1 Les origines	36
2.2.1.2 Les principaux théoriciens	37
2.2.1.3 L'école classique et la communication formelle	42
2.2.2 L'école des relations humaines	42
2.2.2.1 Les origines	43
2.2.2.2 Les principaux théoriciens	43
2.2.2.3 L'école des relations humaines et la communication informelle	46
2.3 La vision de la communication selon les approches fonctionnalistes	47
2.3.1 Une communication qui véhicule l'information	47
2.3.2 Le modèle cybernétique de la communication	49
2.3.3 Les principaux dysfonctionnements de la communication	50
Conclusion	54
Guide de révision	55
Chapitre 3 Les approches systémiques	56
Introduction	57
3.1 Les origines de l'approche systémique	58
3.1.1 La systémique : une approche transdisciplinaire	58
3.1.2 La notion de système	59
3.1.3 Les composants d'un système	61
3.1.3.1 L'aspect structural	61
3.1.3.2 L'aspect fonctionnel	62
3.1.4 Les caractéristiques d'un système	63
3.2 L'organisation : un système ouvert d'interactions	64
3.2.1 La contingence de l'organisation par rapport à son environnement	64
3.2.1.1 Les apports de l'école de la contingence	65
3.2.1.2 L'environnement organisationnel	65
3.2.1.3 Mintzberg et les configurations organisationnelles	67
3.2.2 La communication au sein du système	69
3.3 Une évolution importante : la communication en tant que système d'interactions	70
3.3.1 L'apport de Ruesh et Bateson (1951/1988) à la communication	70
3.3.2 La communication : un système ouvert d'interactions	72
3.3.3 Les principaux concepts du modèle de l'école de Palo Alto	72
3.3.3.1 Les deux modes de communication : analogique et digitale	72
3.3.3.2 Le contenu et la relation dans la communication	73
3.3.3.3 La relation symétrique et la relation complémentaire	73
3.3.3.4 La métacommunication	75

3.3.4	Les apports de l'école de Palo Alto à la communication organisationnelle	75
3.4	Un tournant important : l'analyse stratégique et systémique	76
3.4.1	Les origines théoriques	76
3.4.2	Les travaux de Crozier et Friedberg sur le phénomène bureaucratique	77
3.4.3	Trois postulats pour quatre concepts	78
3.4.3.1	Le pouvoir	78
3.4.3.2	La stratégie	80
3.4.3.3	Le système d'action concret	80
3.4.3.4	La zone d'incertitude	81
	Conclusion	82
	Guide de révision	83
	Chapitre 4 Les approches critiques	84
	Introduction	85
4.1	Les origines de la pensée critique classique : un point de départ pour comprendre la communication organisationnelle	85
4.1.1	Qu'est-ce que la pensée critique ?	85
4.1.2	Karl Marx : premier penseur critique des organisations	86
4.1.2.1	Le contexte	86
4.1.2.2	Aller au-delà des apparences	86
4.1.2.3	Une pensée dialectique	87
4.1.3	Les apports de l'école de Francfort à la communication organisationnelle	89
4.1.3.1	Le contexte	89
4.1.3.2	L'école de Francfort et l'analyse marxiste	91
4.1.3.3	Bilan critique : une influence (très) relative et des critiques notables au cours des Trente Glorieuses (1945-1975)	92
4.2	La pensée critique et l'organisation	93
4.2.1	De l'exploitation à la domination dans les organisations selon Bourdieu	93
4.2.1.1	Mettre en lumière les positions hiérarchiques au sein de la société et des organisations	94
4.2.1.2	Les formes que prend le capital	95
4.2.1.3	Le concept d' <i>habitus</i>	96
4.2.1.4	Que dire de la communication organisationnelle chez Bourdieu ?	96
4.2.2	La communication chez Foucault, entre domination et construction	98
4.2.2.1	Pouvoir et contrôle chez Foucault	99
4.2.2.2	Pouvoir et communication organisationnelle	99
4.2.3	L'organisation « autonome » de Cornelius Castoriadis	101
4.2.3.1	L'autonomie au cœur de la pensée de Castoriadis	102
4.2.3.2	Que dire de la communication organisationnelle ?	103
4.2.4	Bilan des approches critiques en communication organisationnelle : quelques travaux contemporains	104
4.2.4.1	L'organisation en tant que lieu d'expression des conflits idéologiques	104
4.2.4.2	Une critique du capitalisme	107
4.2.4.3	La question du genre en communication organisationnelle	107
	Conclusion	109
	Guide de révision	110

Chapitre 5 Les approches symboliques et culturelles	111
Introduction	112
5.1 Qu'est-ce que la culture?	113
5.1.1 Un point de départ : le concept de culture	113
5.1.2 La culture en tant que métaphore	114
5.2 L'organisation est-elle une culture ou possède-t-elle une culture?	115
5.2.1 La culture organisationnelle selon différentes perspectives	115
5.2.2 L'organisation et la communication selon Schein	118
5.2.3 Critique du modèle de Schein	121
5.2.4 L'organisation et la communication selon Peters et Waterman	122
5.2.5 Critique du mouvement de l'excellence de Peters et Waterman	123
5.2.6 Les fonctions de la culture chez Weick	124
5.2.7 La culture nationale et la culture d'entreprise chez Hofstede	124
5.2.7.1 La distance hiérarchique selon les cultures	125
5.2.7.2 Le contrôle de l'incertitude dans les organisations	125
5.2.7.3 L'individualisme	126
5.2.7.4 Les valeurs de masculinité et de féminité	126
5.3 Comprendre la communication et l'organisation à l'aide de divers outils	127
5.3.1 Les valeurs	128
5.3.2 Les stratégies culturelles	128
5.3.2.1 Les cartes cognitives	128
5.3.2.2 Les archétypes	129
5.3.2.3 Les idéologies	130
5.3.3 Les outils symboliques	130
5.3.4 Comprendre l'organisation au moyen du discours	132
5.3.5 La dynamique organisationnelle	135
5.3.6 Synthèse des principales idées	137
Conclusion	138
Guide de révision	139
Chapitre 6 Les approches constitutives	140
Introduction	141
6.1 Les précurseurs	142
6.1.1 Chester Barnard	143
6.1.2 Mary Parker Follet	144
6.1.3 Gabriel Tarde	146
6.2 L' <i>organizing</i> selon Karl E. Weick	148
6.2.1 Organisation et <i>organizing</i>	148
6.2.2 L' <i>organizing</i> en tant que processus de construction de sens (<i>sensemaking</i>)	150
6.2.3 Les organisations hautement fiables (<i>high reliability organizations</i>)	155
6.3 La théorie de l'acteur-réseau (Callon, Latour et Law)	158
6.3.1 L'approche performative des collectifs	159
6.3.2 L'« agentivité » dans sa pluralité	160
6.3.3 Parler et agir au nom d'une organisation	163
6.4 L'école de Montréal	164
6.4.1 La communication organisationnelle en tant que co-orientation	165

6.4.2 Le monde organisationnel en tant que plénum d'« agentivités »	169
6.4.3 La communication organisationnelle en tant qu'effet de ventriloquie	172
Conclusion	173
Guide de révision	175

Partie II Quelques enjeux contemporains

Chapitre 7 La communication du changement en organisation

Introduction	178
7.1 Qu'est-ce que le changement ? Trois définitions	178
7.1.1 Le changement vu comme une différence	179
7.1.2 Le changement perçu comme un processus	179
7.1.3 Le changement décrit comme une propriété naturelle du monde	180
7.2 Les approches de la communication du changement	180
7.2.1 Les éléments de la comparaison	181
7.2.2 La communication du changement que l'on veut faire	182
7.2.2.1 Le changement, un projet à réaliser	183
7.2.2.2 Les processus de changement : diffusion et mobilisation	184
7.2.2.3 Les objectifs de la communication du changement : information et adhésion	186
7.2.2.4 Les modalités de la communication : recadrage et rhétorique	187
7.2.2.5 Sommaire critique	189
7.3 La communication de la signification de l'expérience du changement	190
7.3.1 Le changement comme modification de la signification	191
7.3.2 Les objectifs de la communication du changement : comprendre les réactions	192
7.3.3 Les processus de changement : <i>sensemaking</i> et <i>sensegiving</i>	193
7.3.4 Les modalités de la communication : narration et métaphore	195
7.3.5 Sommaire critique	198
7.4 Changer la communication	199
7.4.1 Le changement comme transformation des relations de pouvoir	201
7.4.2 Les objectifs de la communication : libérer l'expression des différences	201
7.4.3 Le processus de changement de la communication : révéler, résister, participer et créer	202
7.4.4 Les modalités de communication : la discussion et le discours	204
7.4.5 Sommaire critique	207
7.5 Changer en communiquant	208
7.5.1 Le changement comme phénomène naturel, émergent et communicationnel	210
7.5.2 Les objectifs du changement en communiquant	212
7.5.3 Le processus de changement : émergence et <i>sensemaking</i> collectif	213
7.5.4 Les modalités de la communication : conversation et dialogue	217
7.5.5 Sommaire critique	221
Conclusion	222
Guide de révision	224

Chapitre 8 Technologie, organisation et communication

Introduction	226
8.1 Les études fondatrices	226
8.1.1 Caractériser les technologies pour mieux comprendre leur intégration à l'organisation	226

8.1.2	Expliquer le déploiement des technologies dans l'organisation à partir de différentes dynamiques sociales	229
8.1.2.1	Le changement technologique reproduisant le rapport de domination entre gestionnaires et subordonnés	230
8.1.2.2	Diverses stratégies managériales soutenant l'intégration de nouvelles technologies	231
8.1.2.3	L'intégration par les différents membres de l'organisation des technologies dans les pratiques de travail	233
8.1.2.4	Analyse comparative des dynamiques sociales relevées dans les études sur le changement technologique	234
8.2	Une technologie, trois études : analyse comparative de recherches portant sur les technologies ERP	236
8.2.1	La recherche de Palanisamy : gestion des connaissances et médiation technologique	237
8.2.2	La recherche de Groleau : construction de l'artefact technologique et interactions soutenant l'action collective	239
8.2.3	La recherche d'Alvarez : technologie de pouvoir, discours et organisation	242
8.2.4	Analyse comparative des trois recherches portant sur les ERP	243
8.2.4.1	Communication	244
8.2.4.2	Technologie	245
8.2.4.3	Organisation	247
8.3	D'hier à aujourd'hui : la comparaison des recherches portant sur les ERP avec les études fondatrices du domaine	248
	Conclusion	251
	Guide de révision	252

Chapitre 9 Les approches communicationnelles des groupes dans les organisations

	Introduction	254
9.1	Les grandes thématiques de l'étude des groupes	254
9.1.1	Présentation	255
9.1.2	À la recherche de mon mode d'interaction en groupe	256
9.2	La production de groupe	256
9.2.1	Qu'est-ce qu'une production de groupe ?	257
9.2.2	Quel est l'impact de la situation de groupe sur la production ?	258
9.2.3	À quel type de tâche le travail en groupe est-il bénéfique ?	258
9.2.4	Quel type d'échange favorise ou dessert la production de groupe ?	259
9.2.5	Quel est l'impact des conflits sur la production de groupe ?	260
9.3	L'affiliation au groupe	260
9.3.1	Qu'est-ce qui favorise le désir de travailler ensemble ?	260
9.3.2	Qu'est-ce qui favorise la cohésion d'un groupe ?	261
9.4	Le traitement de l'information dans un groupe	262
9.4.1	Qu'est-ce qui favorise ou entrave le partage d'information par les membres ?	263
9.4.2	Qu'est-ce qui affecte la qualité des prises de décision ?	263
9.4.3	Comment interpréter les échanges entre les membres ?	264
9.5	L'interinfluence dans les groupes	265
9.5.1	Sur quelles bases les membres s'interinfluencent-ils ?	265
9.5.2	Comment définir le leadership ? Comment émerge-t-il ?	265
9.5.3	Qu'est-ce qu'un conflit ? Comment émerge-t-il et évolue-t-il ?	267

9.6	L'organisation du groupe	268
9.6.1	Quand un groupe commence-t-il à exister?	268
9.6.2	Comment se structurent les réseaux de relations des membres du groupe?	269
9.6.3	Quel sens et quel impact a l'organisation spatiale du groupe?	270
9.6.4	Comment les rôles se définissent-ils?	271
9.6.5	Qu'est-ce qu'une norme de groupe? Comment émerge-t-elle?	272
9.6.6	Comment les groupes évoluent-ils dans le temps?	273
9.6.6.1	Les modèles séquentiels	273
9.6.6.2	Les modèles non séquentiels	275
9.7	La médiation	276
9.7.1	Comment le groupe fait-il face aux contraintes contextuelles, environnementales et technologiques?	276
9.7.2	Qu'entend-on par la diversité d'un groupe?	278
	Conclusion	279
	Guide de révision	279
	Chapitre 10 Responsabilité sociale des entreprises, éthique et communication	280
	Introduction	281
10.1	Quelques clarifications terminologiques autour de l'éthique de l'entreprise : responsabilité sociale des entreprises et développement durable	282
10.1.1	Le développement durable comme origine	282
10.1.2	Du développement durable à la responsabilité sociale des entreprises	284
10.1.3	De la RSE à l'éthique	285
10.2	L'approche gestionnaire de la RSE	288
10.2.1	La théorie des parties prenantes	288
10.2.1.1	L'intérêt de la théorie des parties prenantes	289
10.2.1.2	Les critiques formulées à l'encontre de la théorie des parties prenantes	289
10.2.2	Les limites des analyses gestionnaires de la RSE	291
10.3	Les approches communicationnelles de la RSE	292
10.3.1	Les formes des discours de la RSE : tendances managériales et intentions déclarées	292
10.3.1.1	Les discours liés à la RSE comme renouveau du « management participatif »	293
10.3.1.2	Les discours éthiques comme dispositif de réhabilitation de l'image des entreprises	294
10.3.1.3	Les discours proactifs	295
10.3.2	La critique des discours de la RSE : orientations employées pour la recherche portant sur l'objet professionnel RSE	295
10.3.2.1	L'approche narratologique des récits de la RSE	296
10.3.2.2	L'approche anthropologique des écrits de la RSE : observer une communication incarnée par des acteurs	299
10.3.2.3	L'approche symbolique des récits en matière de RSE	303
	Conclusion	309
	Guide de révision	310
	Glossaire	311
	Bibliographie	314
	Index	343