

Leçon 1- Séance 2

D'abord, qu'est-ce que la communication (au sens large) ?

- Informations (verbales ou corporelles) transmises d'une chose/personne à une autre.
- Mettre en relation, en liaison, en contact les choses.

Qu'est-ce que la communication organisationnelle?

Quelques exemples de métiers dans le domaine de la communication organisationnelle:

Que peut-on dire de la cmn?

- ✓ peut impliquer des cellules chimiques ou des plantes végétales
 - ✓ peut aussi concerner des animaux- **communiquer avec les animaux de plus que les humains**
 - ✓ peut aussi concerner des machines- **ex: messages envoyés par texto**
 - ✓ peut être humaine (interpersonnelles)- **2 personnes au moins**
 - ✓ peut aussi être groupale/organisationnelle- **3 ou 4 personnes au moins**
- On passe la majeure partie de notre temps dans les organisations à communiquer (transmettre de l'information, écouter, lire, etc.)

Conceptions erronées qu'on retrouve fréquemment au sujet de la CMN...

- 1) Si je le dis, l'autre personne comprendra Vrai ou **Faux**
- 2) Plus on communique mieux c'est Vrai ou **faux**
- 3) Lorsque les gens communiquent entre eux, ils peuvent résoudre n'importe quel problème. Vrai ou **Faux**
- 4) La communication est une habilité naturelle - on l'a ou ne l'a pas. Vrai ou **Faux**

- 1) Parfois la personne n'a pas l'intention de te comprendre dès le début.
- ❑ N'a peut-être pas eu l'expérience ou a vécu le même mode de vie- ou même a développé ta manière de penser de ta culture, pour vraiment comprendre tes idées et tes expressions
 - ❑ Les préjugés: C'est une chose aussi. Si une personne ne t'aime pas, est jalouse, est fâché contre toi- il est difficile de croiser cette

barrière mentale, car les assomptions que cette personne a fait de toi - pour eux, a l'air plus bonne de ce que tu as à dire.

- 2) Faux. On essaie. Mais la communication aujourd'hui a tellement évolué que chaque personne interprète d'une manière différente . Alors, lorsque deux personnes communiquent très bien auparavant, l'une de ces personnes on peut-être grandi et interprète alors une nouvelle manière de se communiquer- parce que leur état de pensée a juste changé. Donc, pour ces gens qui communiquent parfaitement avant, on peut-être développé un nouveau esprit mentale qui n'est plus aussi atteignable par l'autre. Alors, pour revenir à la question/déclaration, plus on communique mieux c'est - dans le cas qu'on essaie d'atteindre le même niveau de langage qu'auparavant- ou si nous avons le même état et esprit de pensée. Et je dis ca, parce que parfois lorsqu'on n'a plus les mêmes moyens de se communiquer, nous allons dans un espace un peu plus toxique - et ultimement on finit par se parler à nous même si on essaie trop.
- 3) Faux. Parfois la personne n'a pas l'état de pensée/esprit/culture de s'exprimer comme toi pour comprendre ou il n'on simplement l'intention de la faire.
- 4) Faux. La communication n'est pas juste qui peut mieux s'exprimer, parlé devant du monde ou est le plus confiant. Il y a du monde qui parlent pendant des heures sans rien dire. Parce que en général, leur intention n'était jamais d'écouter. Et je pense que la majorité naturelle ou non- tout est apprenable si on le veut juste assez.

Un constat:

- La cmn regorge d'implicites qui nécessitent de la part du récepteur une interprétation

→ Importance de la signification (Sens)

Considérons l'énoncé:

Je regarde dans un parc un homme avec un télescope.

- Ou suis-je ?
- Ou est l'homme?
- Qui a les télescope ?

→ Exemples d'amphibologies :

"Il enguele son collègue le jour son anniversaire."

→ " Il a vu une infirmière en pyjama" - qui

→ " Il a loué une maison"

Qu'est-ce que la communication organisationnelle?

1. Une discipline

- Branche des sciences de la communication

2. Un objet d'étude

- Un thème d'étude et de recherche

3. Un objet d'intervention

- En appuyant sur des considérations théoriques, on va tenter de résoudre certains problèmes clés auxquels sont confrontés les O

On pense qu'on se comprend, mais ce n'est pas toujours le cas.

- ★ Pouvez-vous relire cette lettre
- ★ Voulez-vous relire cette lettre
- ★ Je vous pris de me relire cette lettre
- ★ J'aimerais que vous relisiez cette lettre

→ Tout cela veut dire la même chose, mais celle-ci ne sera pas nécessairement interprété de la même manière de la personne.

→ Cependant, si on ajoute des expériences corporelles- le message diffère

→ Double-message: votre cerveau fera plus confiance aux expressions faciales, qu'aux mots dites.

Devoir (Lecture)- "La communication organisationnelle" (p.2à19)

- Deux domaines de la communication coexistent aujourd'hui aux États-Unis et aux Canada. La branche "médias" se trouve largement représentée. (p.5)
- À partir de **1920** jusqu'à **1950**, une vaste transformation s'amorce. La **population** devient de plus en plus **urbaine** et **hétérogène** et quintuple 70 ans. Ces populations sont d'ailleurs composées en bonne partie **d'immigrants** dont la plupart **maîtrisent mal l'anglais** à leur arrivée. Cette augmentation importante de la population est corrélée à une urbanisation rapide et à une croissance économique souvent désordonné, voire chaotique. Ces **développements rapides** font **naître un ensemble de transformations sociales** (p.6)
- La **communication organisationnelle** est vue comme une un **sous-domaine** des **relations humaines**. L'accent est mis sur les

attitudes psychologiques des employés, sur l'accumulation de ces derniers aux normes de l'entreprise, sur la dynamique des groupes , etc. (p.7)

- La communication organisationnelle est donc caractérisé par deux tendances dominantes . D'un côté, elle est vue comme la communication qui a lieu "dans" l'organisation et les recherches portent ainsi une attention toute particulière à la gestion. De l'autre côté, le biais psychologique est clair et s'adjoint à une deuxième tendance, soit l'analyse sociologique des systèmes.
- **L'aspect méthodologique** renvoie alors soit à une **vision micro**, ou la recherche est axée sur l'individu et ses réactions, soit à une vision macro proposant une analyse de l'organisation en tant que **système** ou **réseaux d'individus** (p.9)

Leçon 2 - Séance 3

(Une brève) histoire de la communication organisationnelle

Co→ Une discipline très jeune (en comparaison aux autres disciplines des sciences humaines et sociales)

↳ Trouve son origine dans le foisonnement des idées qui se développent au début XXe siècle (années 1900...) avec les multiples changements qui ont alors cours sur les plans social, économique, politique et culturel..



Comme pour toute discipline scientifique, il est important de remplacer la CO dans son contexte pour mieux comprendre comment elle a pu émerger et se bâtir au fil des décennies...

Cinq grandes périodes qui se recoupent..

1. **Un champ d'études en émergence (1900-1970)**
2. La cristallisation: le champ d'études devient une discipline (1970-1990)
3. Le virage interprétatif (1980-1990)
4. Le virage discursif (1990-2000)
5. La constitution communicative de l'organisation (2000-2010)

Première période

Un champ d'études en émergence
(1900-1970)

✓ Forte immigration, industrialisation, etc. en Amérique du Nord (Les immigrants s'installent dans les milieux ruraux, ce qui leur donne l'idée de former un groupe de cmn pour mieux s'exprimer. La population maîtrise l'anglais, donc on vient à réaliser qu'il serait bien d'apprendre davantage aux gens la cmn pour s'intégrer dans la société, mais aussi d'augmenter la chance aux emplois, etc.)

✓ Emergence de plusieurs disciplines des sciences sociales

✓ Engouement pour le speech communication → rhétorique (l'art de bien s'exprimer dans les entreprises...) ↳ Non seulement être transmise, mais comprise

↳ On développe ses groupes de cmn.

✓ Développement de la cmn persuasive dans le cadre des grandes guerres (création aux É-U de programmes spéciaux en CO) → Influence de la psychologie sociale à partir des années 30 (cmn = outil de cohésion dans les groupes)

→ On veut enrôler les gens dans l'armée.

→ On réalise avec la cmn qu'on peut convaincre les gens de s'impliquer. Plus qu'il y a une meilleur processus de cmn, mieux que les gens sont productifs et travaillent bien ensemble.

→ Cohésion = productivité

✓ Essor de la publicité, relations publiques, etc. (business communication, corporate communication) → Avec le développement des médias de masse, on s'aperçoit dans les années 40 et 50 que beaucoup de compagnies se développent, mais veulent vendre aussi.

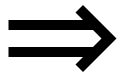
✓ Création de quelques programmes universitaires en CO (le premier à Purdue)

- Programmes de 3e cycle (formation doctorale) en CO (première thèse de doctorat en 1952 à l'École d'administration de l'Ohio State University)

(1900-1970)

... transmet de l'info





Préoccupation pour la manière dont on communique (qui, dit quoi, à qui,

comment, etc.) → **On se préoccupe de l'émetteur**

↳ **Communication persuasive**: transmission de messages à des publics- cibles de manière à les **informer** de quelque chose ou d'une situation, à **transformer ses attitudes et motivation** (plus difficile. Il y a des techniques qui sont développés pour ses facteurs) , à les prédisposer à changer de comportement, etc.

⊖ **Comment je fais comme émetteur pour persuader les gens?**

→ La communication est de plus en plus considérée comme une forme de pouvoir ...
Celui qui maîtrise les rouages de la cmn détient généralement le POUVOIR!

Des exemples...

(la propagande, les campagnes de communication publique, les marques et les logos, la publicité, etc.)



- ❑ La publicité qui a une bonne cmn, ils vendent plus, ils sont heureux (consommateurs), etc.
- ❑ Les compagnies qui s'assurent que leur employées sont heureux et sont capable de moins les payés.

Les marques, la publicité, les slogans...
Domaine de la "business communication"

- Communication de masse, propagande, publicité, l'art de transmettre des directives à l'interne, de développer un sentiment d'appartenance à l'entreprise, et.

- Rétrospectivement, on peut sans doute voir que la cmn (sous toutes ses formes) s'est développé dans le but de modifier les attitudes, les émotions, les comportements, etc. → C'était sa FONCTION essentielle

On gagne les guerres avec les forces, mots, images et publicités. Les chercheurs ont mesuré la fois qu'une publicité est vue et son efficacité/ impacte.

↳ Instrumentalism de la CMN
Communiquer = manipuler ?

Celui qui détient (maîtrise les rouages de)- la communication, détient généralement le **pouvoir**

- 1) Le branding "**Perspective identitaire** d'une entreprise"
- 2) Même sans nom, nous sommes capable d'identifier "l'entreprise"
- 3) L'idée est d'évoquer une **qualité**, des **émotions**, etc.

→ Les mots, les images, les symboles, etc..., ont un pouvoir énorme!

La publicité peut devenir une marque afin d'utiliser le produit constamment (par ex. *Klennex*= mouchoir, *Frigidaire* = réfrigérateur, *Tylenol*= paracétamol/acétaminophène

- En arrière-plan se développe un modèle de la communication publié en 1948 par Claude Shannon

→ Les "slogans publicitaires"

Ex:

- L'oréal: "Parce que je le veux"
- BMW: "Le plaisir de conduire"
- Producteurs de lait du Québec : "Un verre de lait, c'est bien, mais deux c'est mieux"
- Nike: "Just do it"
- Subway: "Eat fresh"
- Adidas: "Forever sports - La victoire est en nous- On y va pour gagner"
- Metro: " Metro. Profession. Épicier"
- Mc Donald: " I'm lovin' it"

⇒ Le modèle classique E→R

(modèle du télégraphe)

↳ Une conception de la CMN (et de l'organisation) s'impose...

Transmission de l'information (I)

- Processus bilatéral d'échange

“La cmn se définit comme un processus bilatéral d'échange et de compréhension de l'information (I) entre au moins deux personnes au deux groupes”

Canal de transmission de l'information (Le lien entre l'émetteur et le récepteur)



Émetteur

Récepteur



Schéma linéaire



- Il y a cmn lorsqu'on émet ou reçoit des messages et lorsqu'on donne une signification aux signaux d'une autre personne.

- Son (code linguistique)
- Écriture (Code linguistique, ou graphique)
- Gestes, expressions faciales, etc. (Code non verbal ou paraverbal)
- Etc.

Utilisent des codes communs



Peut être le code de la route, le code musical, le code des sourds et muets...

Idée que le “sens” est encodé encapsulé, dans l'information (le code)

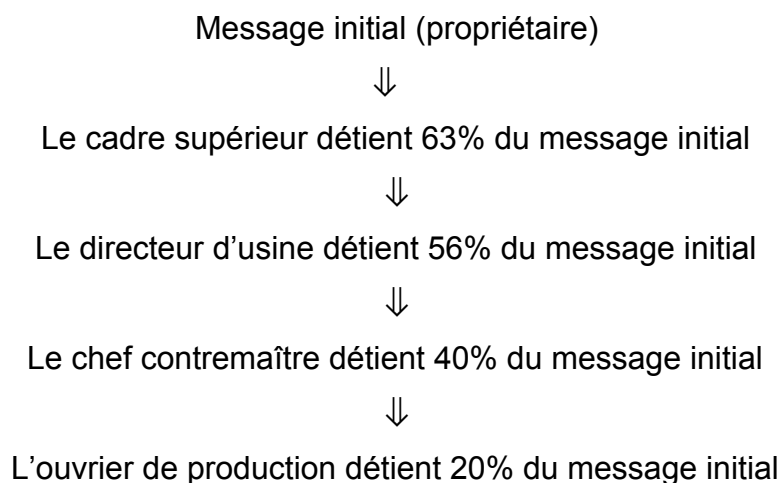
Exercice :

- **Votre téléphone sonne. Vous décrochez et vous dites "allos". Votre interlocuteur qui se nomme Claude dit: "Bonjour, comment allez vous ?" Qui est l'É et le R ? Quel est le canal ?**

 - **Vous suivez un cours à l'université. Le professeur parle au moyen d'un micro. Les étudiants écoutent. Qui est l'É et le R? Quel est le canal ?**
 - **Un employé lit un communiqué interne de l'entreprise annonçant une acquisition importante. Qui est l'É et le R ? Quel est le canal ?**
 - **Identifiez environ cinq (5) canaux de communication particulièrement utilisé dans les communications d'entreprise.**
 - ↳ 1) L'emailing, 2) le téléphone, 3) la vidéo, 4) les réseaux sociaux, et 5) le site web -----
- <https://www.neoptimal.com/blog/canaux-de-communication-entreprise-btob> (consulté le 15 sept.2019)

- L'enjeu pour les organisations: comprendre et se faire comprendre (car les "obstacles" sont omniprésents)...
- Les gestionnaires veulent s'assurer que les messages sont transmis avec efficacité et exactitude.

Un exemple...



-----Problème de cmn ↖↑↗-----

- Même phénomène pour la CMN extrême... ?

Les enjeux: éviter les biais de codage
(Référence à la séance précédente)

- Les biais de codage (É)
- La motivation à communiquer peut entraver la cmn
- Biais de contenu (manque de clarté: différence entre ce que je veux dire et ce que je dis)
- Biais liés à la quantité d'informations diffusées.
- Les biais de décodage (R)
- ↳ "Information overload"
- Décalage entre ce que l'on entend, comprend et retient
- Le manque de référents communs.

Ainsi

On considère le R comme une cible à atteindre au moyen d'un projectile, qui circule dans une trajectoire qu'on cherche à rendre optimale!



Les concepts centraux à bien comprendre...

- ✓ Persuasion
- ✓ Propagande
- ✓ Branding
- ✓ Émetteur/Canal/ Récepteur
- ✓ Biais de codage et de décodage (nous aident à mieux comprendre les problèmes dans la cmn)
- ✓ Obstacle à la communication.

Devoir (Lecture) - Séance #4

https://psyaanalyse.com/pdf/DYNAMIQUE_DE_GROUPE.pdf

http://lirsa.cnam.fr/medias/fichier/dynamique_des_groupes_1262876103885.pdf

Qu'est-ce qu'un groupe... et par extension une organisation ?

Dictionnaire Larousse de Psychologie

Ensemble humain **structuré**, dont les éléments **s'influencent** réciproquement.

↳ Aussitôt que vous sortez de votre maison, vous interagissez socialement, consciemment ou inconsciemment. Vous subissez donc l'influence des autres (acting different with different people)

↳ Un ensemble d'individus dont chacun est relié aux autres par des rapports plus ou moins définis, en raison d'un **intérêt commun** (Robert, 1969)

- Le groupe doit d'abord être distingué d'un **agrégat social** ou d'une **catégorie social**.
- **Agrégat social**: lorsque les individus vivent les uns à côté des autres (les habitants d'une ville, d'un immeuble, etc.)

Ex: votre voisins ne sont nécessairement votre groupe. Vous partagez just une rue. Vous former seulement un groupe si vous faites un BBQ, par exemple.

- **Catégorie social**: individus rassemblés en fonction de critères particuliers (sexe, orientation sexuelle, âge, travail, etc.) mais qui ne se connaissent pas nécessairement.

Le groupe = un « champ dynamique » traversé par des forces qui vont lier les individus entre eux (Kurt Lewin)

↳ Importance de la «communication» (des interactions) qui vont conduire les chercheurs à étudier le groupe de deux manières...

↳ Parfois, vous connaissez même pas quelqu'un et vous ne voulez pas être ami avec cette personne et vous ne savez pas trop pourquoi. Même chose à l'inverse.

Comme «**structure**» et «**processus**»

Structure : comment la structure d'un groupe façonne (détermine) les interactions...

Processus = comment les interactions entre individus vont contribuer à produire et reproduire ce qu'on appellera un groupe...

↳ Un point de vue structurelle: Les organisations possèdent des structures invisibles qui tiennent le monde ensemble.

↳ Processus: relation qu'il construit et reconstruit dans leur tête à chaque seconde.

- C'est une illusion. Les choses changeront à chaque seconde et elle ne sera plus jamais la même
- Changement organisationnelle: ex: L'Université d'Ottawa changera après que nous sortons du cours. Sans jamais se rencontrer.

Tout le monde le sait et le sent, il ne suffit pas d'assembler un certain nombre de personnes dans un lieu quelconque pour constituer automatiquement un groupe» (Aubry, 1994, p. 1).

↳ Cependant : la « co-présence » entraîne automatiquement des effets particuliers... (Anzieu et Martin, 1968, p. 31)des effets de groupe ! (premières expériences au XIXe siècle Triplet, Ringelman...)
Un exemple : Extrait vidéo

Besoin de cette « co-présence » pour vivre et sur-vivre

↳ On passe d'une organisation à une autre. Nous sommes constamment dans un groupe. Si nous y étions pas, nous aurons des problèmes.

Les effets de "co-présence":

↳ Lorsque nous sommes seul à la maison, nous n'avons le même comportement que lorsque nous sommes en groupe

↳ Nous avons des façons de se comporter qui nous fait comprendre que les organisations structurelles

↳ Même si nous voulons faire certaines choses, nous y restons soit distrait, soit on se conforme à la norme.

↳ On se conforme plus facilement que le monde y pense. On ne veut être exclus du groupe. Un besoin ressenti d'être social.

Instinct grégaire : besoin ressenti d'entrer en « contact » avec les autres, avec ceux qui nous ressemblent (caractéristique commune aux êtres humains et à plusieurs animaux, insectes, etc.)

↳ Il n'y a pas une personnalité normale qui reste isolé des autres.

★ Il n'existe aucune personnalité normale qui reste psychologiquement isolée des autres !

Expérience classique de Triplet (1897) et de Ringelman (1883)

Exemples

(Voir au besoin dans Brightspace)

↳ 3 conditions:

- 1) Le cycliste est seul
- 2) Le cycliste est accompagné d'un autre cycliste qui le suit
- 3) Le cycliste est en compétition avec d'autres cyclistes

- La meilleure chance que le cycliste atteigne la ligne finale le plus rapidement, s'il était chronométré, c'est la 3ème.
- Instinct de rattraper et conformer à l'autre
- Des effets de co-présence

↳ ses amis

↳ parents

↳ parents de sa blonde, etc.

Exercice 2

→ Tirer une corde

Lorsque nous sommes seul en train de tirer une corde contre une autre personne, nous donnons notre 100%. Mais lorsque nous sommes en groupe, nous fions aux autres de mettre l'effort, donc nous allons sous performer.

↳ L'effet des groupes peuvent être positif que négatif.

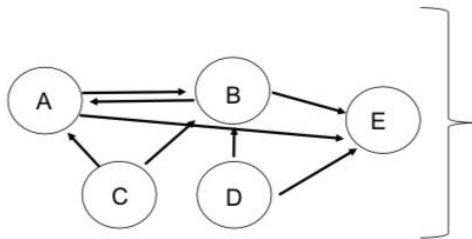
Quand y a-t-il « groupe » ?

↳ Les psychologues disent d'après 3 ou 4 personnes.

Les phénomènes de groupe ne se manifestent pleinement qu'à partir de quatre membres...

Il y a « groupe » à partir du moment où l'on a un ensemble d'individus dont l'effectif est tel qu'il permet à ceux-ci des communications explicites et des perceptions réciproques, dans la poursuite de buts communs (p. 161).

Prenons l'exemple d'un groupe de 5...
(Anzieu et Martin, 1968, p. 29)



Relations possibles par exemple dans un groupe de 5 :
AB, AC, AD, AE, BC, BD, BE, CD, CE, DE.

↳ sociogramme:

- Permet de voir le réseau de popularité.

Ex: Qui vous aimez ou vous n'aimez pas travailler avec ? Le sociogramme va le déterminer.

- On peut schématiser les relations à l'intérieur du groupe.

Autres exemples plus complexes...

Groupe organisé: Rôles, objectifs, structure définie, etc.

↳ La structure est rigide et défini.

Ex: Venir à l'heure en classe. Personne n'Est venu à l'enseignant en lui demandait si on passer le cours Samedi, car la structure est rigide et défini.

Groupe spontané: Rôles, objectifs, structure définie, etc. Absence de rôles formels, absence d'objectifs, etc.

↳ Parfois la spontané peut être organisé.

Ex: Venir tout à l'heure ou à peut prêt pour l'autobus - mais nous ne savons pas qui était là plus longtemps.

Exemples →

Distinctions entre cinq (5) grandes catégories de groupe
(Anzieu et Martin, 1968, p. 16 et suivantes)

Groupes organisés !

1. La foule
2. La bande (d'amie- les gens ont 1 ou 2 bons amis en général.)
3. Le groupement
4. Le groupe primaire ou restreint
5. Le groupe secondaire ou organisation (O)

Prenons le temps de voir en quoi ils consistent, et voyons quelques exemples clés...

1) La foule : caractéristiques

Rassemblement fortuit, mais qui peut être aussi planifié, d'un très grand nombre d'individus motivés par un même intérêt...

– Etat psychologique particulier : passivité des gens, faibles interactions, contagion des émotions, etc.

Exemples

↳ La foule: habituellement spontané

- C'est contagieux les émotions

Ex: Si tout le quelqu'un crie, tout le monde commence à paniquer et à crié. Même chose dans la violence. On voit une incidence comme d'être violent.

2) La bande : caractéristiques

Rassemblement, organisé ou non, éphémère ou non, autour de similarités communes...
Présence d'effets de groupe (même manières de penser, d'agir, de se comporter, de parler, de s'habiller, etc.)— **Chez les animaux**
inter-attraction

↳ Nous avons des amis qui nous ressemblent, même sexe ou même âge. Avec le temps, ça change mais le principe est le même.

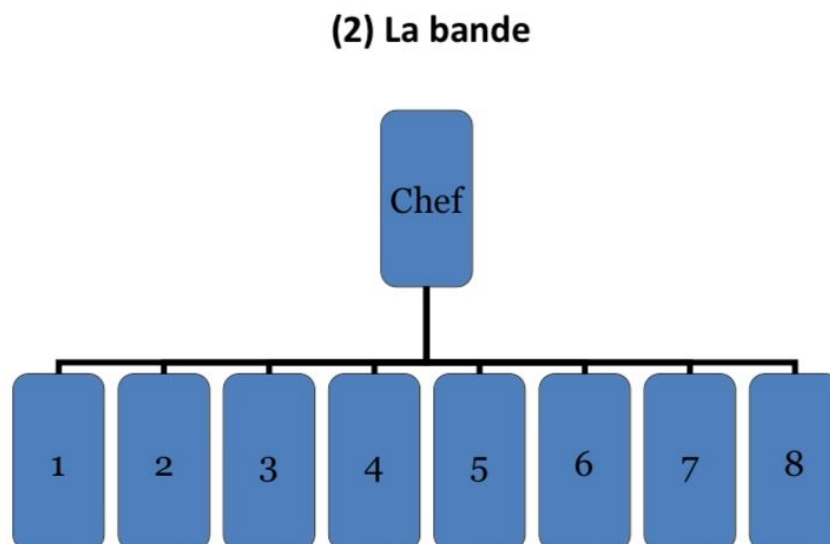
Ex: Même vocabulaire, goûts, façons de s'habiller, valeurs, etc.

↳ avec les mais, nous avons toujours une personne qui a plus de leadership. Sans vraiment y dire.

Ex: allons-nous au resto ? Oui, sauf Paul. On poussera nos plans pour la semaine d'après alors.

S'observe aussi chez les animaux (effets de groupe ; alpha et oméga, etc.)

Exemples



3) Le groupement : caractéristiques

Rassemblement organisé, planifié et qui peut être durable, de plusieurs individus réunis autour d'un **intérêt commun**...

– Nb de participants variables (quelques dizaines ou quelques centaines), le but du groupe est connu préalablement, fréquence de rencontre régulière et ponctuelle, etc.

Exemples

↳ Avec vos amis, vous ne souriez quand vous allez vous voir, mais vous pouvez par ex. y planifier chaque Samedi.

(4) Le groupe primaire ou restreint : caractéristiques

Rassemblement organisé, planifié, généralement durable et ponctuel, de plusieurs individus motivés par des **valeurs communes**...

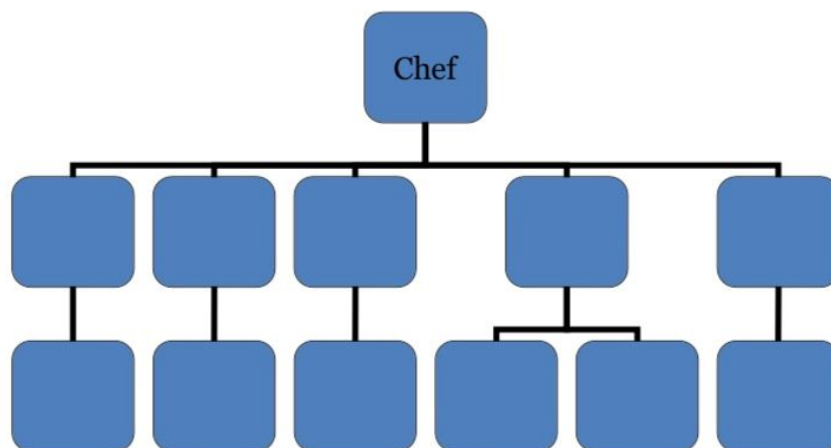
– Petit nombre de participants, poursuite active des mêmes buts, possibilité de sous-groupes, solidarité forte, etc.

Exemples

3)(4) Le groupement et le groupe primaire ou restreint

↳ Chez Walmart, Mc donald, , nous voulons que le monde on des

- Valeurs communes
- Des intérêts communs



5) Le groupe secondaire ou O

Rassemblement durable, ponctuel et institutionnalisé de plusieurs individus jouant chacun un rôle déterminé par rapport à un **objectif commun**...

– Niveau d'organisation très élevé, buts et actions planifiés, **structure fonctionnement complexe**, etc

↳ ex: dans une équipe sportive, il y a une hiérarchie de qui est plus en pouvoir.

Voir la structure : **l'organigramme**

L'organigramme est comme le plan de l'architecte : il indique graphiquement les liens qui existent entre les unités organisationnelles.

(Bergeron, 1989, p. 172.)

Exemples

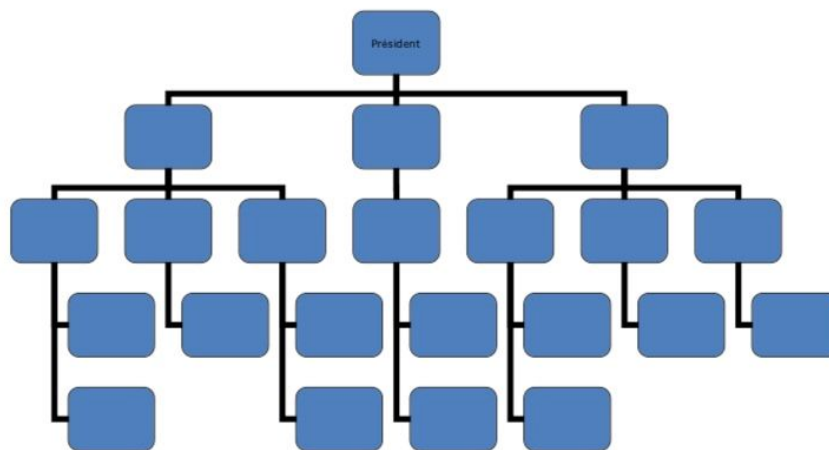
5) Le groupe secondaire ou organisation

↳ Un groupe qui n'est pas une organisation

↳ Mais une organisation est une groupe

- L'organigramme est la squelette de l'organisation

↳ pourquoi les gens ont des conflits, etc.



Autres exemples →

Le 20 sept. 2019

Leçon 4 - Séance 5

Les fondements des organisations II

La Taxonomie des organisations ou comment les classifier

En fonction de ...



- leur taille (organisation de 10 employés ou de 100 employés- on ne les gèrent

pas de la même façon ou manière de communiquer.

- Le secteur d'activité
- Leur statut juridique
- Leur structure hiérarchique (comme exemple de l'autre cours, omigrame)
- Leur objectifs- buts
 - ↳ doit faire de l'argent, buts non-lucratifs hôpital, école élémentaire, etc.

Qu'avons nous dit en classe?

→ Toutes les groupes ne sont des organisations

..... Peuvent être une foule ou autre

- Les O sont des unités sociales construites pour poursuivre des buts spécifiques , en vue de leur service...
- Chaque O a une mission spécifique
 - ↳ Sa raison d'être

↳ pourquoi elle existe



Pour les entreprises privées (banques) la mission est de faire du profit. Le jour qu'elle en fait pas, elle ne marche plus.

- Quelques exemples:

↳ Service de police

↳ Une partenaire faible

● L'oréal

↳ Se sentir belle (c'est leur vision), mais en réalité, leur mission c'est pour faire du profit.

- De manière classique , les spécialistes vont partir du principe qu'une organisation est une entité qui cherche à s'adapter à son environnement ...

→ Idée d'une organisation fonctionne comme un corps humain (un tout)

On dit que les organisations dans le même secteur sont en guerre

↳ Un ensemble de structures et de fonctions

La montée en complexité s'exprime de la même manière que dans le corps humains:
atomes → molécules → cellules → tissus → organes → systèmes...

- Si une structure fonctionne mal dans le corps humain, tout autre partie du corps aura un problème.
- On a des atomes - des humains pour la cmn- et on crée des groupes qui crée d'autres groupes et structures stables.
- On dit la société est comme le corps humain, car c'est un groupe avec des fonctions qui fonctionne de manière harmonieuse.

organigramme= squelette de l'organisation

Le tout est supérieur à la somme des parties → **Sui Generis**

L'organisation a une taille et un poids. Qu'est-ce qui la caractérise comme entité ?

✓ Elle doit se nourrir

- Il y a des organisations grandes et puissantes.

↳ se nourrit avec des ressources financières, humaine

↓

↳ compétence

Capitale

✓ Elle doit avoir un centre de commandement → organisations intelligentes qui savent faire un bon investissement et d'autres non. Il faut s'adapter à son environnement.

✓ Elle se fixe des objectifs et des buts

✓ Elle produit des déchets

✓ Elle apprend On parle des org. Intelligentes qui anticipent un marché concurrentiel et on doit développer des stratégies pour apprendre de ses erreurs.

✓ Elle change et grandit

✓ Elle doit être en santé pour poursuivre

✓ Elle peut être malade burned out, de stress, environnement toxique, employés non satisfaisants. Certains le savent d'autres non. On fait appelle au psychologue de travaille, etc.

✓ Elle possède une identité, une réputation On achète la marque

✓ Elle a besoin d'interagir avec son environnement **gérer son image** . Interagir avec d'autres pour survivre.

✓ Etc, etc.

- **La communication interne ?** Un fluide (le sang) qui circule dans tout le système
 - Si il n'y a pas de communication, il n'y a pas de sang qui circule.
 - Le sang transporte de l'information. Ça apparaît vital dans une organisation.

Point central à noter...

Les travailleurs ont une fonction

↳ Doivent contribuer au fonctionnement de l'organisation- directement ou indirectement

→ Les O doivent en permanence obtenir un minimum de contribution de la part de leurs membres pour suivre ...

- Ce qui suppose l'adhésion à des buts et objectifs communs établis de façon à atteindre la finalité qui constitue le coeur même de l'organisation

Exemples de finalités organisationnelles

Une finalité on atteint jamais, car on veut toujours faire du profit.

- Une entreprise qui n'est pas rentable, ne marche pas.
- Il faut faire du profit.

Au bien commun:

↳ ex: éduquer une école élémentaire pour créer un bien commun dans la société.

- Finalité d'une O (entreprise) privée ⇨ ex:
- Finalité d'une organisation publique ⇨ ex:

Ne pas confondre objectif et but

Avoir une bonne réputation est un moyen qu'on se donne.

- Un **objectif** précise les résultats à atteindre dans un temps donné

- Atteindre un profit net dans un dollar par action au cours du prochain exercice financier, afficher d'excellentes cotes d'écoute au cours du prochain trimestre, etc.

↳ Un objectif c'est quelque chose qu'on essaie d'atteindre

Ex: est-ce qu'on a atteint notre profit? Oui ? D'accord, on se fixe un autre objectif.

- Les objectifs sont mesurables, là pour atteindre nos buts
- Les actionnaires, une fois content avec le profit, ils veulent encore plus.
- **Un but exprime une intention, une finalité**
 - Satisfaire les actionnaires , humaniser l'école , augmenter l'efficacité, gagner sa vie, devenir un meilleur gestionnaire

↳ C'est une idéal

↳ C'est le but qui motive tout le reste

Atteint des objectifs et des buts (finalités)



Performance organisationnelle

Pour être "performante" , une O se caractérise par ...

- 1) Division du travail (répartition des responsabilités et des rôles) **On réalise que lorsqu'on divise les tâches, tout fonctionne mieux.**
- 2) Un ou plusieurs centre(s) décisionnel(s) qui s'assurent que l'ensemble des "départements" travaillent ensemble pour atteindre les objectifs de l'organisation.

C'est les gestionnaires, cadre intermédiaire, etc.

- On s'assure qu'on travail ensemble pour accomplir nos objectifs.

- 3) Des stratégies finement pensées pour rendre la communication (interne et externe) → nous verrons en quoi cela consiste plus tard durant la session !

La cmn vise à s'assurer que la cmn est fluide.

Si dans une organisation, il y a un département trop gros (trop gras), on reforme, raptisie, etc.

↳ pour le mieux ou le pire

- Toutes les structures reposent sur des fonctions précises

→ Ces structures sont orientées vers une finalité précise...

Pour aller plus loin..

- **Rendement:** " Production évalué par rapport à une norme, à une unité de mesure. Ex: Le rendement d'un puits de pétrole.
- **Rentabilité:** Faculté d'un capital placé ou investi de dégager un résultat ou un gain exprimé en monnaie.
- **Entreprise (compétitive):** Qui est susceptible, grâce à ses qualités, à ses caractéristique, de supporter la concurrence : Sortir un produit compétitif
- **Productivité:** Rapport entre le rapport d'une activité productive (biens et services) et les facteurs de production que l'on a utilisés pour parvenir à cette production
- **Efficacité:** Caractère d'une personne, d'un organisme efficace, qui produit le maximum de résultats avec le minimum d'efforts, de moyens; efficience, rendement
- **Profit:** Gain réalisé sur une opération ou dans l'exercice d'une activité.

Et la communication dans tout cela?

↳ On la considère classiquement comme une fonction (un outil, un instrument) au Service de la gestion (des gestionnaires)

Les (f) s de la communication interne et externe

↳ pourquoi on communique ? Pour informer.

Interne:

↳ Pourquoi on communique interne? Pour **dire aux gens quoi faire**

elle s'adresse aux actionnaires et aux salariés de l'entreprise

1. Une (f) d'informations
2. Une (f) de motivation (motiver, organiser, planifier,..) Les employés sont plus efficace, plus la productivité est élevée, plus l'organisation est rental.
3. Une (f) de contrôle (rôles et tâches) Cmn interne- on aperçoit que les employés ont des émotions, donc on gère cela de plus de leur dire quoi faire, car on

contrôle
4. Une (f) d'expression des émotions

Externe:

elle s'adresse aux clients de l'entreprise, à ses fournisseurs, aux médias.

1. Une (f) d'information
2. Une (f) de construction de l'image On appelle ça le branding
3. Une (f) de justification On va essayé de détourner l'attention, justifier quelque chose, réparer les ponts cassés, etc.

Trois domaines font classiquement faire l'objet de recherches scientifique

↳ Comment on propage de l'infos dans la cmn interne efficacement

- *Pragmatique de la gestion*
 - Diffusion de l'info., productivité, cmn entre membres d'une organisation, canaux et réseaux de cmn, politiques de cmn, etc.

↳ Productivité: le fait de regarder les gens travailler - ils vont être plus ou moins efficace

↳ ex: de pers. Sur le vélo.

Gestionnaire:

- Leadership
- Respect
- S'entendre

- On fait cela pour que les employés peuvent s'exprimer de manière efficace.

- *Techniques pour les aptitudes de base en cmn*

- Aptitudes permettent aux gestionnaires d'être de meilleurs orateurs, lecteurs et rédacteurs.
- *Relations humaines et ses dérivés*
- Productivité, rendement, travailleurs, motivation, etc.

Communication



Ses (f) permettent d'atteindre la finalité même de l'O

- ↳ Les fonctions internes
- ↳ Les fonctions externes

Or le défi pour les consultants, spécialistes, experts, etc., est autant plus difficile que les O se sont grandement complexifiées avec le temps...

Pourquoi?

- ✓ Tailles des O
- ✓ Ressources financières
- ✓ Production de masse (à grande échelle)
- ✓ Nombre d'employé.e.s
- ✓ Élargissement des opérations nationales et internationales
- ✓ Logiques managériales de plus en plus complexes
- ✓ Mise en place de structures formelles (organigramme, titre et description des emplois. Objectifs à atteindre, contrats d'engagement, etc.
- ✓ Recours à une réglementation très détaillée, etc.

... Sur la taille et la complexité de certains organisations multinationales (plusieurs exemples)



Les organisations d'aujourd'hui sont complexes, et tout autant les questions et thèmes abordés, par les spécialistes de la CO ...

↳ Les problèmes de cmn peuvent simplement être un transfère d'apelle ou un formulaire trop long qui ne marche pas pour le client

Ex: le néon qui flash en salle de classe

- Comment le leadership s'exerce t-il ?
- Comment le pouvoir est-il exercé?
- Comment les innovations technologiques modifient-elles le fonctionnement des organisations?
- Comment le changement organisationnel est-il géré?
- Comment les risques et les crises sont-ils gérés?
- À quelles conditions voit-on apparaître de nouvelles formes de conformisme?
- Comment voir le conflit ?
- Comment aborder les problèmes de stress de malaise en milieu de travail?
- Etc, etc.

Les concepts centraux à bien comprendre ...

- ✓ Groupe →organisation (**Savoir la différence**)
- ✓Effets de co-présence
- ✓Po
- ✓Objectifs, Buts, missions
- ✓Sui générés (**faire un google**)
- ✓Fonctions de CMN
- ↳fonction fonctionnelle
- ↳CMN interned
- ↳ CMN externe

Séance 8

“Comment voir la communication?”

Commençons par le “tout tout” début!

Voir(observer) l'organisation et la CMN c'est d'abord essayer de les comprendre ...



Que voit-on ?

Regarder (analyser) une organisation, c'est un peu comme regarder (Analyser) une image



Dépendamment de notre angle de vision, de notre sensibilité, de ce que l'on veut focaliser, on ne va pas "voir" la même chose!

.... Et la recherche universitaire (la CO) fonctionne aussi de cette manière!

Commençons (encore) par le début!

Ce qu'est la recherche universitaire...

"La recherche est une construction à long terme, tel un édifice auquel participent plusieurs architectes (de chercheurs)".

↳ dans le but de contribuer à l'avancement des connaissances

En communication organisationnelle, la recherche universitaire va développer...

Les connaissances que l'on a sur...

On s'intéresse aux conflits

C'est quoi un conflit, comment peut-on les interpréter? Est-ce que la cmn vient la résoudre ? Est-ce que la cmn est à la base des conflits ? Pourquoi y a-t-il plus que avant ? Est-ce que c'est à cause des médias sociaux?

Les organisations sont confrontées par la crise, et on la résout avec des stratégies de cmn

La gestion de crise -on est dans l'intervention..

- ✓ Les conflits en contexte organisationnel
- ✓ La gestion des crises
- ✓ La gestion du branding
- ✓ Les relations en milieu de travail.
- ✓ etc.,

Mais aussi les connaissances qui découlent de notre compréhension

- ✓ Du leadership pourquoi certain influencent plus que d'autres- c'Est important pour motiver et impacter le processus de la performance des employés
- ✓ Des processus d'innovation technologique c'est un thème car la majorité des organisations sont abordés par la technologies
- ✓ Des rapports de domination certain organisation sont masculine -
- ✓ Des interactions en milieu de travail
- ✓ Etc, etc.

Concrètement, c'est quoi la recherche universitaire?

- Généralement, en science sociale humaine- on se rend dans les organisations et ont les observent la manière qu'ils communiquent, de point A à point B, pourquoi ils ont des problèmes de cmn - on les présente aux congrès et le but c'est d'améliorer la cmn

S'inscrire dans une démarche de recherche scientifique, c'est vouloir ...

1. Identifier certains phénomènes qui se posent dans la réalité ex: il y a des harcèlement dans les organisations - qu'on l'aime ou non, c'est la réalité . On ne le voit pas de la même façon - on peut y trouver en allant aux organisations et identifiant et décrivant comment ces femmes sont harcelé
2. Décrire les phénomènes
3. Expliquer ces phénomènes
4. Comprendres ces phénomènes
5. Les prédire
6. Éventuellement les transformer

↳ Les travaux de recherche qui sont en faits en communication organisationnelle s'inscrivent dans une **démarche de recherche scientifique...**

La plupart des universités reposent sur..

- **Un pôle enseignement**
- **Un pôle recherche**

→ Présence de professeurs réguliers (des gens qui possèdent obligatoirement un doctorat) qui ont un triple mandat : enseignement, service à la communauté et recherche

→ Chaque professeur a le devoir de contribuer à l'avancement des connaissances dans son domaine (dans sa discipline)...

↳ Recherches de terrain, utilisation de méthodologies diverses, etc. pour produire des résultats de recherche qui sont diffusés dans des congrès/colloques, etc. et des revues savantes (scientific journals)...

L'idée c'est d'apprendre comment faire de la recherche.

Comme pour toutes les sciences, les recherches en CO sont exposées et diffusées dans les colloques et congrès, dans les livres de même que dans les revues savantes (surtout)...

→ Principes de l'évaluation des contributions « à l'aveugle » (peer review)

C'est à dire si je fait de la recherche sur le harcèlement dans une organisation pendant 3 mois- je fais sondage, j'interroge.. J'ai mes résultats. Je rédige mon texte, je présente ma démarche, et voici ma conclusion - je soumet alors mon travail.

- Ces deux spécialistes sur le harcèlement qui ne me connaissent pas, c'est anonyme, vont 's'assurer que mon texte est neutre
- Donc l'évaluation à l'aveugle c'est de discriminer ceux qui prétendent savoir ceux qui pensent faire avancer une étude

Accessibles via les bibliothèques universitaires (les périodiques, bases de données...)

Il faut que l'info circule.

- Sur le plan de cmn je sais ce qui se passe
- On a des outils universitaires qui aident à transmettre nos résultats.
- Et dans ces revues, on a des chercheurs, profs qui présentent leur recherche

Prenons le temps de voir des exemples

«La science est connaissance, mais connaissance jamais achevée. C'est un processus constant de construction-questionnement de nos savoirs» (Aktouf, 1987, p. 15)
rôle de l'Université

Certains consacrent toute leur vie sur une étude à juste pousser l'idée , ex: le harcèlement

L'Université une institution culturellement ancrée dans la recherche
L'exemple du programme d'initiation à la recherche au premier cycle :
<https://recherche.uottawa.ca/centre-experience-recherche/premier-cycle>

Une bonne recherche se consacre sur le questionnement constant...

Les questions qui sont posées par tout chercheur universitaire...

- Quand le phénomène se produit-il ?
- Où se produit-il ?
- Combien de fois se produit-il ?
- Qui est concerné par ce phénomène ?
- Quels en sont les divers aspects ?
- Pourquoi ce phénomène se produit-il ? – Quelles en sont les causes ?
- Quels en sont les effets ?
- Quelle en est la fonction ?
- Quelles sont les conséquences de ce phénomène ?

Prenons l'exemple du harcèlement en milieu de travail !

Le chercheur observe, documente, décrit, analyse, interprète, tire des conclusions, etc.

Gauthier, 1984, p. 63.

Mais nous en cmn, on regarde ce qui se passe sur le terrain organisationnelle

Sur le plan communicationnel, que se passe-t-il ?

Une formation universitaire en CO consiste à inculquer aux étudiant.e.s un esprit scientifique... qui repose sur...

Donc on développe quoi?:

- Le sens de l'observation •ça veut dire on regarde les chose, développe esprits critiques. L'idée c'est de plus regarder les choses de la même chose.

Le questionnement - L'universitaire se pose constamment des questions, car la réalité est complexe

- Le raisonnement-
- La méthode- la méthofologie pour raisonner ex: il a du harcèlement ok, on se calme et on essaie de rester neutre, on se donne une méthode pour interroger les gens
- L'ouverture • L'objectivité- ça se peut que vous êtes victime d'harcèlement , donc vous ne pourrez voir la chose de la même façon, mais en science on dit d'avoir un esprit ouvert à ces situations - c'est pas de dire ça c'Est bien ou mal - c'est d'analyser

Ce sont ces aptitudes, compétences et qualité qu'un étudiant universitaire doit acquérir et entretenir tout au long de sa vie et de sa carrière...

La réalité:

Car une organisation c'Est super complexe- il a des multiples dimensions - c'est pour ça qu'il faut se donner des concepts qui nous permettent d'avoir un but plus profondi.

↳ce qui nous intéresse

↳Qui? Quoi?Comment?Pourquoi?Ou? Quand?Etc.

Cette réalité , elle est multidimensionnelle!

○ **Micro** - comme lorsqu'on prend un microscope dans une org. C'est des interactions quotidiens

- **Méso** les équipes de travailleurs- Ex: Les vices présidents de l'org. c'est des hommes blancs, et lorsqu'on descend dans la hiérarchie, on réalise que c'est des femmes de minorités de couleurs - alors il y a un problème
- **Macro** insertion de l'org. Dans un environnement plus complexe - - réorganiser l'organisation dans son contexte. (on analyse- statistiques)

Chacun n'a pas le même angle de vision

Manière de voir (d'appréhender) le réel

- Selon le point de vue, on ne verra pas les mêmes choses..

○ **-Comment les individus interagissent-ils ensemble au sein de l'O?**

- **Comment sont structurées les O et la CMN: l'organigramme, les hiérarchies, les équipes de travail, etc.**
- **Comment les O interagissent dans leur environnement (avec les autres O du même secteur d'activités, avec leur public-cible, etc.**

Prenons l'exemple d'une crise d'une organisation à été appelé à gérer.. Vous devez faire l'analyse, une fois la crise passé

Se situer dans une approche théorique

- **Il n'existe pas une seule façon et même façon** d'approcher la réalité ou d'en rendre compte, même dans le travail dit scientifique
- ↳ Tout chercheur, praticien, intervenant, consultant, expert, etc., s'inscrit forcément dans une conception spécifique de la réalité

⇒ **Un paradigme!**

Séance 9

Initiation aux différentes approches classiques de l'organisation

Se situer dans une approche théorique

- **Il n'existe pas une seule et même façon** d'approcher la réalité ou d'en rendre compte, même dans le travail dit scientifique
- ↳ Tout chercheur, praticien, intervenant, consultant, expert, etc., s'inscrit forcément dans une conception spécifique de la "réalité".
- **Une image vaut mille mots (ce qu'on a vue la séance dernière)**
 - On perçoit une organisation et on l'a voir de différentes façons- il n'y a personne qui a raison ou tort
 - Certains disent que l'organisation est un mot qu'on a donné aux gens qui se rassemble, mais ce n'est pas une chose qui existe en réalité
 - Et d'autres disent que oui elle existe, pour tel et tel raison.

- Un regard problème, diagnostique avec une vision spécifique et on est incapable de le résoudre- car il faut qu'on sorte dans cette (one dimensional vision)

Deux concepts centraux

- **Paradigme**

- Ensemble de concepts, de méthodes, d'exemples significatifs, de problématiques qui servent de cadres au travail des chercheurs (...). Le paradigme est largement implicite et résulte de la socialisation des chercheurs".
- Ça veut dire: si vous êtes tombé sur la cmn à l'université d'Ottawa, vous allez voir la cmn organisationnelle d'une telle façon. Et si vous allez à Toronto, façon différente.
- Alors nous sommes formés d'où on se situe
- Il y a une approche plus implicite

Ex: en psychique, c'est pas la même chose, car c'est linéaire

Ex: quelqu'un qui fait un Bacc ou doctorat, on recommande d'aller dans une autre université, pour voir les choses un peu plus différemment.

- **Théorie**

"Ensemble de propositions (et de concepts) logiquement articulées entre elles et visant à rendre compte d'une partie réelle. Les théories fournissent des explications causales, des interprétations, des prédictions".

- Quelque chose qu'on met à l'avant, pour comprendre une réalité

Pourquoi les organisations sont confrontées par des crises ? etc.

C'est comme une fourmi on regarde à l'intérieur et on voit comment les gens se comportent.

- La théorie a une valeur: ex: si vous faites telles choses, cela va se passer.

Un constat:

"Théories des organisations différentes en termes de projet de connaissances".

Il y a beaucoup de théories, certaines bonnes, d'autres il faut rejeter. Donc, on va les classer les organisations



Plusieurs essais de mise en ordre des différentes théories (essaie en classification)

Pourquoi plusieurs "paradigmes", "théories", etc.?

→Parabole hindoue des aveugles et des éléphants...

Six aveugles rencontrent un éléphant, et ensuite sont appelés à le décrire..

- Éléphant comme une feuille
- Éléphant comme un mur
- Éléphant comme un arbre imposant
- Éléphant comme une lance
- Éléphant comme une corde
- Éléphant comme un serpent

C'est l'idée que personne à tort, chaque personne avance et touche à une partie de l'éléphant et imagine quelque chose. Ils voient différentes choses de différentes perspectives.

- Il va bien sûre avoir des débats - et dire à non c'est un serpent . Ils vont débattre ce qu'ils ont vues et dire pourquoi ils ont raison.

Ex: le stresse au travaille c'est quoi ? Certain vont dire c'est une feuille, autres une corde, etc.

- Lorsqu'on est confronté sur un problème sur le terrain , on ne va pas interroger la situation de la même façon

» "Chacun d'eux a vue une partie différente de l'éléphant"

L'organisation: elle est aussi multidimensionnelle!

Trois grands paradigmes

Prédominance dans les travaux → **Fonctionnalisme**



- Une école de pensée = à un paradigme
- Alors ce sont des façons de classer les choses, à l'intérieur d'une autre. C'est un paradigme.

Important pour les blocs 2 et 3: À lire et à relire

Expliquons ligne par ligne

Fonctionnalisme:

CMN est réduite à l'idée d'un É qui transmet de l'information à un R ($E \rightarrow R$)

Type d'analyse qui porte sur l'efficacité de la transmission des informations (les "bruits", les "problèmes de cmn", etc.

individu: un être rationnel, homogène, etc.

- Émetteur qui transmet info à récepteur. Modèle simple. Fin
- Qu'est-ce qui fait que le message ne s'est rendu au récepteur- il y a des biais de codage et de décodage (les bruits- des obstacles)
- Quelqu'un qui est rationnel: qui utilise sa raison. On présume que , c'est moi j'ai une information à vous remettre, vous allez savoir le code. Je présume que vous êtes rationnel et vous allez comprendre ce que j'ai dit.
- Ex: Aujourd'hui c'est vendredi
- On transmet info comme un robot, on ne prend en considération l'anxiété de la pers. , son sexe, etc.
- Cela peut causer des problèmes

Interprétativisme:

CMN est beaucoup PLUS qu'un simple transfert d'information (par exemple la langue n'est pas qu'un simple véhicule)

Type d'analyse qui va mettre l'accent sur les médiations (statut, culture, expériences, antérieurs, etc., des interlocuteurs impliquée dans une relations sociale)

Individu : pas nécessairement rationnel

- On comprend qu'il est des robots finalement. Pour les chiens, il a émetteur, récepteur, point. Il ne se pose de questions. Action= réaction
- Ex: le chien sait que le chien qui l'a passé à uriner. Mais il va jamais se poser la question, "pourquoi a t-il uriner dans cette arbre et pas celle d'à côté?"
- L'être humain n'est rationnel parfois
- Communiquer, échanger , c'est plus complexe qu'on pense
- Lorsqu'on communique, on est dans une relation - on perçoit chose d'une telle façon.

Ex: julie a une bonne robe.

Ex:: Ah Julie, tu as une bonne robe (à 2heure du matin au marché by" - on va comprendre d'une telle manière car c'est le contexte qui influence les pensées et comment cette personne va le récepteur.

Les animaux s'interprètent pas - action= réaction

Nous c'est plus complexes- humains toujours en train de réinterpréter les choses. Nous avons des backgrounds qui fait en sorte qu'on interprète une chose d'une telle manière. Dont, l'individu, on n'est constamment rationnel- attitude, préjugé, etc.

Critique:

CMN: un instrument de domination et de pouvoir qu'une organisation utilise à ses propres fins .

Type d'analyse qui va mettre l'accent sur les structures communicationnelles des organisations.

C'est l'idée que la cmn , c'est un instrument de pouvoir. On utilise les chose étudier en cmn pour manipuler la cmn encore plus (Dit chercheur)

Vous savez lorsque entreprise comme walmart- il y a une chanson durant le matin - on donne l'impression aux gens qu'ils font parties d'une équipe, ce qui veut dire ils sont plus performants et heureux.

Fonctionnalisme:

Manière de "voir" la CMN

- Il y a CMN lorsqu'un É transmet des informations à un R
- Enjeu : éviter les bruits

Manière de "voir" l'organisation

- Un ensemble de structures et de fonctions qui concourent à des objectifs et des buts
- Une organisation existe objectivement (quelque chose de figée)

Vous lisez chose, vous ne comprenez pas, on revient encore deux jours on comprend.

- Pour fonctionnalisme, une organisation existe, on ouvre la boîte et ce qu'on voit - structure, organigramme, macro, personnes qui donnent des ordres- donc on voit les choses de hauts.

Interprétativme:

Manière de "voir" la CMN

La CMN n'est pas qu'un échange d'informations (mots, sons, images, etc.)

La CMN s'insère d'abord et avant tout dans *relation sociale*

La CMN évolue toujours au risque du malentendu

- Impossibilité de prévoir l'issue de la CMN (pas de début, pas de fin)
- Il y a "entente" entre deux interlocuteurs au terme d'un processus de co-construction de sens.

Manière de "voir" l'organisation

- Un ensemble de discours, de représentations, d'interactions, de significations partagées qui donnent forme et vie à quelque chose d'organisé.
- Refus de voir l'O comme une entité préétablie, autonome, statistique et aux frontières claires.

- On se fait croire qu'on se comprend.
- Une journée c'est juste des malentendus- on se donne l'illusion qu'on se comprend

Critique:

Manière de "voir" la CMN

- La CMN n'est jamais "neutre" (tout est politique)
- La CMN véhicule des idéologies
- La CMN est un instrument de domination (une minorité sur une majorité)

Manière de "voir" l'organisation

- Entité coercitive fondée sur la base de rapports de domination et d'autorité
- Organisation est aliénante.

- Pour un chercheur critique- rien n'est neutre-

Ex: chez walmart, il y a des idéologies, stratégies- ce n'est pas neutre.

Fonctionnalisme

- Conception "Figée" de l'organisation
- Vision réductrice de la cmn
- Individu passif ("Seringue hypodermique")

- Une organisation c'est une boîte

Interprétative

- Conception trop micro de l'organisation
- A-politique (ne tient pas compte des rapports de force, de domination, etc.)

Quand un homme qui parle à une femme - chose se passe là

Quand une personne blanche parle à une personne de minorité

- Il y a des racistes, séductions, etc.
- La cmn c'est la séduction . On est jamais neutre. Il ya des chercheurs, on dit toujours qu'il y a une dominant et un dominer.

Critique

- Difficilement conciliable avec le travail de consultation!
- Vision trop pessimiste de l'organisation

Ainsi... **Renvoient à des philosophies ("épistémologies") différentes...**

Un chercheur, analyste ou praticien ne va nécessairement ...

- Se focaliser sur les mêmes choses ...
- Analyser les mêmes choses....
- Insister sur les mêmes choses...
- Définir les choses de la même façon...
- Etc.

↳ Différentes manières de "voir" l'organisation et la communication.

⇒ Les dimensions analysées dépendent de l'approche dans laquelle le chercheur, l'analyste ou le praticien va se situer.

- Pour un chercheur critique, fonctionnaliste- différentes manières de voir les choses

Fonctionnalisme: émetteur- récepteur; sujet; destinataire- destinataire, canal de transmission de l'information, etc.

Interprétativisme: énonciateur- co-énonciateur; locuteur- interlocuteur (Ou allocutaire), acteur, actant. **Ça existe pas un émetteur récepteur. Donc il y a des concepts qui se rattachent à chaque notion**

Critique: acteur, individu, agent, etc.

QUESTIONS À L'EXAMEN

Questions

. Sur quoi insistera, dans son analyse, un chercheur en cmn qui se situe dans une approche a) fonctionnaliste; b) interprétativiste ; et c) critique ?

. À la bas, quels sont les objectifs du chercheur en cmn selon qu'il se situe dans une approche a) fonctionnaliste; b) interprétativiste ; et c) critique ?

- Exemple d'un discours oral...
- Exemple d'un discours patronal
- Exemple d'une interaction en entreprise (en salle de réunion)
- Exemple de mots utilisés dans des documents d'entreprise
- Exemple d'un dialogue entre un médecin et son patient
- Exemple d'affiches publicitaires
- Exemple de publicités

↳ *Autant de formes que peuvent prendre les communications organisationnelles*

- Une secrétaire n'existe plus - on dit administratif, ajointe, etc.
- On a changé le terme

**Prenons un discours oral.. Celui dirigeant de Maple Leafs lors de la crise de listériose au Canada
(Maple leaf foods apology)**

- Comment un chercheur ferait l'analyse de tout ça.

Il va regarder le message (si il est lu, mémoriser, etc.)

- On communique , ici un message, pour justifier une action (pour la clarté)
- On se concentre sur les faits (le canal de diffusion de l'information - médias sociaux, télévision ,. Etc. Car si personne ne le comprend , ce n'est pas un bon message)
- Le choix des mots (choisir les bons mots, un interprétativiste regardera les bons mots- c'est différent pour un journal, l'audience, etc.)

American psycho- business card scene

- Analyse micro
- Pour Un chercheur fonctionnaliste c'est :
- Pour un chercheur

Message, mots, ce promprene ou non (fonctionnaliste)

Non verbale, non dit (interprétatiste)

Préjuger, manipulation (critique)

Autre exemple tiré d'un dialogue entre un médecin et son patient

Prenons une séquence d'interaction :

- *[Patient] Bonjour Docteur Martel*
- *[Dr] Bonjour mon petit monsieur, comment allez-vous ?*
- *[Patient] A vrai dire très bien, sauf pour ma toux qui n'arrête pas*
- *[Dr] Que se passe-t-il ?*
- *[Patient] Je n'arrête pas de tousser la nuit, depuis des semaines*
- *[Dr] ÇA SE PASSE COMMENT?*
- *[Patient] J'ai aussi mal à la tête*
- *[Dr] Vous en avez des problèmes !*

Autres exemples...

Maux du pouvoir	Mots du pouvoir
Chômage	Sous-emploi
Congédiements	Dégraissments, rationalisation
Déficit	Impasse
Décision unilatérale du pouvoir	Choix de société
Génocide	Épuration ethnique
Etc.	Etc.

Questions :

- . Sur quoi insistera, dans son analyse, un chercheur en cmn qui se situe dans une approche a) fonctionnaliste ; b) interprétativiste ; et c) critique ?
- . À la base, quels seront les objectifs de recherche d'un chercheur en cmn selon qu'il se situe dans une approche a) fonctionnaliste ; b) interprétativiste ; et c) critique ?

