

Louis FAGGION:

Dans les années 60, des révolutions professionnelles se sont fait entendre dans le monde entier. Leurs convictions : changer le monde du travail. Le taylorisme est devenu obsolète. Les ouvriers ne veulent plus être de simples exécutants. Les salariés veulent participer à la vie de l'entreprise. Petit à petit, nous voyons émerger un changement profond dans les organisations : les relations humaines deviennent gage de productivité.

La communication interne est devenue le nerf de la guerre des entreprises. Nous verrons aujourd'hui comment cela se concrétise dans les organisations. Nous nous appuyerons sur trois articles de Frédéric ÉLY intitulé *“Un schisme entre management et communication : pour une intelligence communicationnelle interne de l'organisation”* mais aussi *“DIRCOM & TIC : Le DirCMO, quand l'anagramme préfigure la révolution de la fonction....vers IE-Dircom”* et *“DIRCOM & TIC : Le forum intranet de discussion, un nouveau dispositif stratégique de communication interne des organisations ?”*

Certes, dans un premier temps, les textes nous questionnent sur les limites de la communication interne, mais les documents proposés montrent aussi que des axes d'améliorations sont possibles pour perfectionner la communication interne dans les organisations.

Dans un premier temps, nous remarquons que la communication interne à pour but d'améliorer les conditions de travail des salariés, cependant le harcèlement moral et le suicide au travail n'ont cessé d'augmenter. Nous pouvons alors nous questionner sur la qualité de cette communication interne. Quelles sont ses limites ? Ses contraintes ? Ses failles ?

D'abord, Frédéric ÉLY parle de schisme *“une fracture, entre management et communication”*. L'illusion d'un travail commun, d'un partage d'idées et d'une valorisation de chaque individu se voient confronter à une réalité managériale beaucoup plus radicale. L'arrivée du numérique n'a pas forcément amélioré les choses puisqu'il a fait revenir le *“culte du quantifiable”* (Mintzberg), grâce à un accès plus simple aux datas.

Ensuite, l'article nous informe de la naissance de plusieurs paradoxes liés à la communication interne de l'organisation. Les principaux paradoxes sont le retour de certaines valeurs du taylorisme, comme le surcontrôle numérique et la recherche de la performance individuelle, mais aussi le paradoxe d'unilatéralité de l'information, le message vient du haut et continue d'aller vers le bas.

Enfin, la réduction du temps de travail, arrivée dans les années 90, à aussi apporté une limite à la communication interne. Cette réduction du

temps de travail s'est accompagnée d'une réduction des interactions interpersonnels internes, ce qui nuit à l'organisation. La qualité des relations humaines se détériore et affecte la motivation et le bien-être des employés. Le télétravail à empirer cette diminution des échanges interpersonnels internes.

Dans un second temps, malgré des barrières et des limites managériales à la communication interne, certains axes d'améliorations peuvent être envisagés.

D'abord, Frédéric ÉLY nous parle d'une intelligence communicationnelle interne pour lutter contre le schisme entre management et communication. Selon lui, cette ICI se traduit par une "*gouvernance complémentaire [...] porteuse d'interactivité sociale*" afin de lutter contre une "*instrumentalisation managériale de la communication*". Créer un poste permettant la médiation entre les managers et les salariés, ce poste serait celui de *Dircom*.

Ensuite, l'arrivée du numérique dans les organisations a permis à la communication interne de s'améliorer. Les technologies collaboratives permettent, au service de communication, de recueillir des informations essentielles auprès de diverses sources internes. Les messageries et forums électroniques ont aussi facilité la médiation des messages grâce à une communication qui se fait en réseau.

Enfin, l'arrivée du E-dircom dans les entreprises, grâce au numérique, à permis une amélioration de la communication interne de l'organisation. Nous pouvons mentionner sa gestion d'un forum intranet, permettant une hybridation entre communication de masse et échanges interpersonnels, ce qui aura un impact sur la collaboration, la motivation et l'intelligence collective. De plus, le E-Dircom doit se montrer à l'écoute, faire de la veille informationnelle afin de connaître au mieux ses équipes. Pour finir, l'E-dircom doit aussi protéger la e-réputation de son organisation, en supervisant les interactions numériques internes et externes pour préserver l'image de l'entreprise.

Ainsi, nous pouvons conclure que la communication interne des organisations n'a cessé d'évoluer avec le temps et nos sociétés. Les ouvriers et les salariés ne sont plus des personnes aliénées, elles recherchent de l'interaction, de l'écoute et de la reconnaissance. Cependant, cette communication interne ne doit pas être menée par les managers directement, car malgré leurs efforts, ils restent cantonnés à la performance et aux résultats. Une com interne doit être dirigée par un spécialiste, un altruiste, un humaniste qui est prêt à s'aider de la technologie pour garantir le bien-être mental de l'organisation.