

Université Abderrahmane Mira- Bejaia
Faculté des Sciences Humaines et Sociales
Département des Sciences Sociales

Mémoire de fin de parcours en vue de l'obtention du diplôme de
Master en Sciences Sociales, spécialité, Sociologie du Travail et des
Ressources Humaines

**Impact de la communication interne sur
l'intégration des salariés**
Cas de l'Entreprise Portuaire de Bejaia EPB

Réalisé par:

MEDKOURI Abdelhafid

MESSAMERI Rocheddine

Encadré par:

M^{me} DALI Kenza

Septembre 2017

REMERCIEMENTS

Louanges à Dieu le tout puissant, de nous avoir donné la force et la patience, et nous a guidés et éclairé notre chemin pour la réalisation de ce mémoire.

Et on tient surtout à remercier nos très chers parents qui méritent d'être remerciés vivement et chaleureusement pour le courage et le sacrifice qu'ils ont consentis pendant la durée de nos études en leurs souhaitant une longue vie pleine de joie et de santé.

Nos remerciements s'adressent ensuite à notre encadreur M^{me}. DALI KENZA pour nous avoir honoré en acceptant de guider notre travail, pour ses conseils, ses efforts son temps et surtout pour son soutien tout au long de la période de travail.

Un grand remerciement pour l'entreprise portuaire de Bejaia ainsi que notre promotrice M^{me}. BERCHICHE AMEL pour nous avoir pris en charge et dirigé notre travail sur le terrain d'accueil, et notre remerciement à tous les cadres qui ont collaboré et contribué à la concrétisation de ce travail.

Dédicaces

À toutes les personnes qui nous sont chères

Abdelhafid&Rocheddine

Liste des abréviations:

Abréviation	Signification
EPB	Entreprise Portuaire de Bejaia
RH	Ressources Humaines
DRH	Direction des Ressources Humaines
IOS	Inter network Operating Système
OHSAS	Occupationnel Heath and Sofety Assessment Séries
SONAMA	Société National de Manutention
CNAN	Compagnie Nationale de Navigation Nord
ONP	Objectif Nationaux Permanents
EPE-SPA	Entreprise Publique, économique Société Par Actions
SIP	Système D'Information Portuaire

Liste des tableaux

N° Tableau	Titre	page
N° 01	Répartition des moyens d'intégration selon les entretenus	42
N°02	La conceptualisation	47
N°03	Répartition de la population d'étude selon l'âge	52
N°04	Répartition de la population d'étude selon le genre	53
N°05	Répartition de la population d'étude selon le niveau d'instruction	54
N°06	Les moyens contribuant à la connaissance des tâches	55
N°07	Les moyens contribuant à la maîtrise des tâches	56
N°08	Les moyens qui ont aidé pour apprendre les mesures de sécurité de l'EPB	57
N°09	Les moyens contribuant au respect des mesures de sécurité de l'EPB	59
N°10	Les moyens qui ont aidé pour apprendre les mesures d'hygiène de l'EPB	60
N°11	Les moyens contribuant au respect des mesures d'hygiène de l'EPB	61
N°12	Les moyens contribuant à la connaissance de la vision de l'EPB	63
N°13	Les moyens contribuant à l'adoption de la vision de l'EPB	64

N°14	Les moyens contribuant à la connaissance des valeurs de l'EPB	65
N°15	Les moyens contribuant à l'adoption des valeurs de l'EPB	67
N°16	Les moyens contribuant à la connaissance des principes de gestion de l'EPB	68
N°17	Les moyens contribuant à l'adoption des principes de gestion de l'EPB	69
N°18	Les moyens contribuant à la connaissance de la charte RH de l'EPB	71
N°19	Les moyens contribuant à l'adoption de la charte RH de l'EPB	72
N°20	Les moyens contribuant à avoir un sentiment d'appartenance à l'EPB	74
N°21	Les moyens contribuant à la connaissance du règlement intérieur de l'EPB	76
N°22	Les moyens qui ont aidé pour apprendre à respecter le règlement intérieur de l'EPB	77
N°23	Les moyens contribuant à la connaissance des droits à l'EPB	79
N°24	Les moyens contribuant à la connaissance des devoirs à l'EPB	80
N°25	Les moyens contribuant à la connaissance des procédures administratives de l'EPB	82
N°26	Rapport entre le niveau d'instruction et la préférence des moyens de communication contribuant à la connaissance de la vision de l'entreprise portuaire Bejaia	84

N°27	Rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens de communication interne contribuant à l’adoption de la vision de l’entreprise portuaire de Bejaia	86
N°28	Rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens de communication interne contribuant à la connaissance des valeurs de l’entreprise portuaire de Bejaia	88
N°29	Rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens de communication interne contribuant à l’adoption des valeurs de l’entreprise portuaire de Bejaia	90
N°30	Rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens de communication interne contribuant à la connaissance des principes de gestion de l’entreprise portuaire de Bejaia	92
N°31	Rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens contribuant à l’adoption des principes de gestion de l’EPB	94
N°32	Rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens contribuant à la connaissance de la charte RH de l’EPB	96
N°33	Rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens contribuant à l’adoption de la charte RH de l’EPB	98

Liste des figures

N° de figure	Titre	page
N°1	Répartition de la population d'étude selon l'âge	53
N°2	Répartition de la population d'étude selon le genre	54
N°3	Répartition de la population d'étude selon le niveau d'instruction	55
N°4	Les moyens qui ont contribué à la connaissance des tâches	56
N°5	Les moyens contribuant à la maîtrise des tâches	57
N°6	Les moyens qui ont aidé pour apprendre les mesures de sécurité l'EPB	58
N°7	Les moyens contribuant au respect des mesures de sécurité de l'EPB	60
N°8	Les moyens qui ont aidé pour apprendre les mesures d'hygiène de l'EPB	61
N°9	Les moyens qui ont contribué au respect des mesures d'hygiène de l'EPB	62
N°10	Les moyens contribuant à la connaissance de la vision de l'EPB	64
N°11	Les moyens contribuant à l'adoption de la vision de l'EPB	65
N°12	Les moyens contribuant à la connaissance des valeurs de l'EPB	66

N°13	Les moyens contribuant à l'adoption des valeurs de l'EPB	67
N°14	Les moyens contribuant à la connaissance des principes de gestion de l'EPB	69
N°15	Les moyens contribuant à l'adoption des principes de gestion de l'EPB	70
N°16	Les moyens contribuant à la connaissance de la charte RH de l'EPB	72
N°17	Les moyens contribuant à l'adoption de la charte RH de l'EPB	73
N°18	Les moyens contribuant à avoir un sentiment d'appartenance à l'EPB	75
N°19	Les moyens contribuant à la connaissance du règlement intérieur de l'EPB	77
N°20	Les moyens qui ont aidé pour apprendre à respecter le règlement intérieur de l'EPB	78
N°21	Les moyens contribuant à la connaissance des droits à l'EPB	80
N°22	Les moyens contribuant à la connaissance des devoirs à l'EPB	81
N°23	Les moyens contribuant à la connaissance des procédures administratives de l'EPB	83
N°24	Rapport entre le niveau d'instruction et la préférence des moyens de communication contribuant à la connaissance de la vision de l'entreprise portuaire Bejaia	85

N°25	Rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens de communication interne contribuant à l’adoption de la vision de l’entreprise portuaire de Bejaia	87
N°26	Rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens contribuant à la connaissance des valeurs de l’entreprise portuaire de Bejaia	89
N°27	Rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens contribuant à l’adoption des valeurs de l’entreprise portuaire de Bejaia	91
N°28	Rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens contribuant à la connaissance des principes de gestion de l’entreprise portuaire de Bejaia	93
N°29	Rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens contribuant à l’adoption des principes de gestion de l’EPB	95
N°30	Rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens contribuant à la connaissance de la charte RH de l’EPB	97
N°31	Rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens contribuant à l’adoption de la charte RH de l’EPB	99

SOMMAIRE

Introduction

PARTIE THEORIQUE

Chapitre I : Le cadre méthodologique de la recherche

1. Les sources d'inspiration -----	p.6
2. Les visées de la recherche -----	p.6
3. L'importance de la recherche -----	p.7
4. La problématique -----	p.8
5. Hypothèse -----	p.11
6. La définition des concepts -----	p.12
6.1. Définition de la communication interne -----	p.12
6.2. Définition de l'entreprise -----	p.13
6.3. Définition de l'intégration -----	p.13
6.4. Définition des salariés -----	p.13

Chapitre II : L'approche théorique de l'étude

1. Les techniques de communication interne -----	p.16
2. Définition de la communication interpersonnelle -----	p.16
3. Les moyens de communication interne -----	p.17
4. Le rôle croissant de la communication interne -----	p.22
5. Les objectifs de la communication interne -----	p.22
6. La théorie adoptée -----	p.23
7. Les trois traits fondamentaux du langage oral -----	p.24
8. La naissance de l'écriture -----	p.26
9. La scribalité dans l'Europe des manuscrits -----	p.29

10. La communication dans la vie publique -----	p.29
11. La médiation-machine-----	p.30
12. Le système masse -----	p.31
13. L'artefact informatique -----	p.33
14. L'informalité. Prospective-----	p. 33
15. Question de langage -----	p. 34

PARTIE PRATIQUE

Chapitre III : La méthode appliquée à la recherche

1. La présentation de l'organisme d'accueil -----	p.39
1.1. La situation géographique -----	p.40
2. La phase exploratoire -----	p.40
2. 1. Les moyens de communication interne utilisés dans l'entreprise ----	p.41
2. 2. Les moyens contribuant à l'intégration des nouvelles recrues-----	p.42
3. La démarche de l'étude -----	p.42
4. La méthode utilisée-----	p.43
4. 1. La méthode quantitative -----	p.44
5. La technique de collecte de données -----	p.44
6. Echantillonnage -----	p.45
6.1. L'échantillon -----	p.45
6.2. L'échantillonnage typique-----	p.46
7. L'instrument de collecte de données -----	p.46
7.1. Questionnaire -----	p.46
8. La technique d'analyse des questionnaires -----	p.48
9. Les difficultés rencontrées -----	p.49

Chapitre IV : Présentation des données et l'analyse des résultats

1.Le déroulement de l'enquête -----	p.51
2.Les limites spatiotemporelles de l'enquête -----	p.51
3.Les caractéristiques de la population d'étude -----	p.51
4.Impact de la communication interne sur l'intégration professionnelle	p.55
5.Impact de la communication interne sur l'intégration culturelle-----	p.62
6.Impact de la communication interne sur l'intégration psychologique	p.73
7.Impact de la communication interne sur l'intégration juridique ----	p.75
8.Croisement des variables niveau d'instruction et l'intégration culturelle	p.83
9.Synthèse des tableaux croisés -----	p.99
Conclusion -----	p.100
Liste des références bibliographiques -----	p.103
Annexes -----	p.105

Introduction

À présent, l'entreprise est une organisation sociale qui nécessite l'intégration de ses salariés, les fidéliser et les introduire en son sein. Pour cela, elle met au centre de ses préoccupations la communication. Cette dernière est aussi primordiale pour la réussite de l'entreprise, dans la mesure où elle permet la coordination entre les différents éléments et services.

L'intégration des salariés dans un organisme est un objectif à atteindre en les informant de façon permanente dès leur arrivée de toute information nécessaire pour les insérer dans leur milieu professionnel.

En parlant de l'impact de la communication interne sur l'intégration des salariés, nous pouvons parler des effets qu'apportent les moyens de communication interne au sein de l'entreprise à l'intégration de ces derniers. Les canaux qui peuvent être mobilisés dans l'action d'informer sont de diverses natures (oraux, écrits et électroniques) ce qui pourrait engendrer des effets à degrés différents sur ceux qui reçoivent l'information.

Dans cet ordre d'idées, la présente recherche vise l'étude du rôle que la communication interne joue dans l'intégration des salariés au sein de l'entreprise portuaire de Bejaia (EPB), précisément auprès du personnel administratif.

L'importance de traiter ce sujet consiste dans le fait que toute entreprise rassemble à travers le recrutement des personnes différentes que ce soit sur le plan mental ou comportemental. À travers la communication, il devient possible de réduire ses différences et de trouver un consensus susceptible de favoriser les conditions du travail sur le plan humain. L'intégration du personnel à travers la communication est ainsi l'un des facteurs qui pourraient déterminer la réussite ou l'échec de tout organisme.

Le présent mémoire se divise en deux parties; une partie théorique et une partie pratique.

Pour la partie théorique, elle se divise de sa part en deux chapitres. Le premier intitulé « Le cadre méthodologique de la recherche » et dans lequel le sujet est délimité et présenté. Le deuxième chapitre titré « L'approche théorique de l'étude » qui présente les acquis théoriques relatifs à la communication interne et qui sont liés au sujet traité ainsi que la théorie adoptée.

Quant à la partie pratique, elle contient encore deux chapitres intitulés « La présentation du terrain et la méthode appliquée» et« La présentation et l'analyses des résultats» réservés respectivement à la présentation de la méthode adoptée sur le terrain et la présentation des données collectées et leurs analyses.

Partie théorique

Chapitre I

Le cadre méthodologique de la recherche

1. Les sources d'inspiration du thème:

D'après MAURICES ANGERS, l'intérêt qu'on porte à un thème de recherche peut être inspiré de plusieurs sources. [...] cet intérêt peut être éveillé par différentes sources d'inspiration les expériences vécues, le désir d'être utile, l'observation de l'entourage, l'échange d'idée et les recherches antérieures.¹

Pour la présente recherche, le thème a été inspiré du sujet déjà traité en licence dont le titre était: La communication interne et externe au sein de l'entreprise Bejaia méditerranéen terminal.

Les lectures personnelles de quelques ouvrages comme *La nouvelle communication* de Gregory Bateson et *Introduction aux sciences de la communication, la communication interne de l'entreprise* de Nicole D'Almeida et Thierry Libaert mais aussi la conférence de presse qui a été exposées sous forme de vidéo lors d'une séance de travaux dirigés l'années précédente (2015/2016) et dans laquelle Douglas Coupland parlait des différentes générations (génération des baby-boomers, génération X, génération Y, génération Z qui est la génération actuelle) nous a aidé à connaître le rôle de cette communication et son évolution d'une génération à l'autre, d'où l'idée de traiter le thème de licence en s'approchant du terrain s'est renforcée.

De ce fait, les sources d'inspiration du thème de cette recherche c'est bien les études antérieures.

2. Les visées de la recherche:

Dans cette étude, nous avons essayé de chercher des liens de causalité entre la communication interne et l'intégration des salariés de l'EPB. On suppose que la communication interne favorise l'intégration des salariés.

¹ Maurice, Angers. Initiation pratique à la méthodologie en sciences humaines. Alger: Casbah, 1997, p.78

D'après Maurice Angers ce type de recherches fait ressortir les liens entre les phénomènes reliés entre eux et qui vise à établir des relations de cause à effet.¹

3. L'importance de la recherche:

L'importance de choisir ce sujet se résume dans le fait que la communication nous permet de se rapprocher et devenir membre d'un autre groupe en entreprise donnée, l'intégration permet de maîtriser le savoir-faire technique, commercial ou financier. Cela doit se faire en communiquant.

Toute entreprise fait en sorte grâce à la communication un rassemblement de personnes avec des mentalités différentes, des motivations et des valeurs distinctes dans le but l'intégration de tous ces salariés et de dissoudre l'individualité dans le collectif.²

Pour le choix du terrain, il est sans dire que le port de Bejaia joue un rôle très important dans les transactions internationales vu sa place et sa position géographique.

Aujourd'hui, il est classé 2^{ème} port d'Algérie en marchandises générales et 3^{ème} port pétrolier. Il est également le 1^{er} port du bassin méditerranéen certifié ISO 9001.2000 pour l'ensemble de ses prestations, et à avoir ainsi installé un système de management de la qualité.³

De ce fait, une entreprise d'une telle taille a considérablement besoin de prêter plus d'attention à sa communication interne pour pouvoir gérer et mettre en harmonie un effectif de salariés qui dépasse 1400 selon les statistiques qui nous ont été fournies durant la réalisation de ce mémoire.

¹ Ibid., p.78

²Philippe, Breton et Serge, Proulx. L'explosion de la communication. Paris, Montréal : La découverte, 1989, p.9

³ Document Interne, DRH de L'EPB.

4. La problématique:

L'entreprise ne se constitue pas uniquement d'un ensemble de machines, de murs ou du personnel, mais elle est aussi une entité évolutive et dynamique qui s'intègre dans un environnement donné. Elle subit des influences, des problèmes d'ordre relationnel, des conflits entre ouvriers et supérieurs...etc. Face à ces problèmes, la direction de la gestion des ressources humaines (DRH) intervient par des mesures et des activités impliquant des ressources humaines et visant à une efficacité et à une performance optimale.

De ce fait, les besoins en matière de communication et d'information doivent être satisfaits car ils se font sentir dans la plupart de nos entreprises. Ainsi, une bonne communication permettra de mieux sensibiliser le personnel aux enjeux de l'entreprise, pourra aider la hiérarchie à faire descendre l'information et à la faire remonter; aussi elle créera une identité d'entreprise dans une culture commune, en permettant à chacun de s'exprimer et enfin, elle pourra renforcer la considération et le respect mutuel au sein de l'organisation.

La communication interne est l'une des déclinaisons de la communication d'entreprise. Elle est la composante d'un système globale d'organisation des flux d'information et des échanges visant un équilibre informationnel et relationnel. Sa particularité réside moins dans les techniques de communication utilisées que dans la cible visée, soit l'ensemble des salariés d'une entreprise, et dans les objectifs particuliers qui sont poursuivis.¹

Le point de départ de cette recherche était bien le désir de découvrir les différents moyens de communication interne utilisés au sein d'une organisation. Dans la cadre de la délimitation du sujet, nous somme parvenus à une question de départ qui consiste à l'impact de la communication interne sur l'intégration des salariés et vers ce que les lectures exploratoires ont été orientées.

¹ D'Almeida, Nicole et Libeart, Thiery. La communication interne de l'entreprise. Paris : Dunod, 2007, p.9

Ainsi, les théories managériales présentent une vision de communication qui met l'accent sur les politiques RH et considèrent que l'intégration des salariés passe tout d'abord par une communication interpersonnelle.

Selon LIPIANSKY EDMOND, la communication interne tente de résoudre les problèmes de l'intégration, car elle permet non seulement de mettre en place physiquement des réseaux favorisant la circulation de l'information, mais également de vaincre des barrières comme la tradition, des mentalités conservatrices ou les problèmes de langages. La communication s'attaque au non transparence, à la résistance au changement et à la hiérarchie bloquante.¹

Par la suite, JOHN CONGSHAW AUSTIN montre dans ses travaux que dans certains cas, l'acte de communication produisait de la réalité, ainsi lorsque Monsieur le maire déclare qu'un homme et une femme sont mariés, il crée la réalité du lien matrimonial par un acte de langage. Il s'agit d'une capacité dite « performative » qui se trouve souvent en entreprise et notamment dans la formulation des politiques RH le plus souvent c'est par la communication des politiques RH que celles-ci non seulement existent mais produisent des effets de réalité. Ainsi que l'énonce Austin « Dire c'est faire » et la politique RH dès qu'elle est communiquée devient, selon le cas, un cadre de référence, un acquis social ou un objet de contestation.

Dans les entreprises modernes, la communication interne s'adresse à tous, et la DRH assure la gestion des relations avec les partenaires sociaux. Les syndicats ont pour ce qui les concerne, des modes de communication adaptés à leurs missions, certains sont prévus et protégés par la loi (affichage, tract), d'autres sont moins réglementés (presse), d'autres enfin sont émergents et dépendent souvent d'accords négociés (intranet).²

¹Lipiansky, Edmond. Identité et communication. Paris : PUF, 1992, p.262

²Decaudin, Jean et Marc, Igalens avec la collaboration de Waller, Stéphane. La communication interne, stratégies techniques. Paris : Dunod, 2006, p.31

De plus, Delphine LACAZE considère que la fidélisation des salariés et la consolidation de la légitimité de la fonction RH vient après avoir met en œuvre une stratégie d'intégration car l'intégration d'un salarié est une occasion évidente de communication pour l'entreprise. C'est aussi pour la DRH d'entrer en scène et de contribuer à construire son image et sa légitimité interne sur une base positive l'intégration de la personne.¹

À sa part, NICOLE Almeida explique que la communication interne n'a d'efficacité que si elle est accompagnée par une politique de relations humaines concordante et par un appui du management de l'entreprise. À défaut de cette connexion, la communication interne s'apparenterait rapidement à une simple politique d'information descendante dont les affects seraient limités. Ceci explique qu'en terme organisationnel, la communication interne trouve indifféremment son rattachement à la direction de la communication ou à la direction des ressources humaines sans qu'il soit possible de trancher en faveur d'une solution par rapport à une autre.²

D'un autre angle et avec une vision différente, JOLY Bruno, aperçoit que l'intégration d'un salarié passe tout d'abord par une communication interpersonnelle. Cette dernière est la base de tout acte de communication interne. C'est une communication d'une personne à une autre et une relation qui se crée entre deux interlocuteurs lors d'échanges d'idées ou d'information par moyen verbal ou technique.³

Une autre approche s'inscrivant dans l'anthropologie de la communication se base sur l'histoire naturelle. L'étude comparative effectuée par JEAN Lohisse en Afrique sub-saharienne lui a permis de distinguer quatre grands modèles de sociétés définis à partir du système de communication qui sont

¹Lacaze, Delphine et Perrot, Serge. L'intégration des nouveaux collaborateurs. Paris : Dunod, 2010, p.60

² D'Almeida, Nicol et Libaert, Thiery. Op cit, p.7

³Bruno, Joly. Le point sur...marketing, la communication. Paris : De boeck, 2009, p.21

classifié comme suit: l'oral qui est résolument traditionnel puisque il prend ses racines dans l'histoire profonde de la société. Scribalité, qui est une écriture manuscrite grâce à laquelle les individus en Afrique sub-saharienne ont pu accéder à la compréhension de l'importance des signes écrits dans leur vie. Massalité qui est le système de communication dans lequel un langage mass-médiatique privilégie et est privilégié par une société à mentalité dialectisant et à structure indifférenciée. L'informalité qui est le système de communication où langage machiné privilégie et est privilégié par une société à mentalité collective¹.

À l'issue de l'exploration du terrain effectuée au sein de l'entreprise portuaire de Bejaia, il nous a été possible de prendre conscience que pour les nouvelles recrues, les moyens oraux de communication sont jugés plus favorables à leur intégration. S'agissant des moyens de communication interne les plus mobilisés par l'EPB, ils sont d'ordre écrit (voir, Pp 37, 38).

De ce fait, l'approche anthropologique de la communication nous a paru la plus adéquate pour se rendre compte du rapport entre la communication interne et l'intégration des salariés puisqu'elle met en rapport le type de société et le mode de communication favorisé. À sa lumière, nous avons élaboré la problématique suivante:

Quel est l'impact du modèle de l'entreprise définie à partir du système de communication sur l'intégration des salariés?

5. Hypothèse:

Après avoir présenté une définition méthodologique, l'hypothèse émise dans cette recherche sera annoncée.

¹Jean, Lohisse. Les systèmes de communication, approche anthropologique. Paris : Armand Colin, 1998, p.170

5.1. Définition de l'hypothèse:

Maurice Angers définit l'hypothèse comme une réponse supposée à sa question de recherche. Elle peut se définir suivant trois caractéristiques : énoncé, prédiction et outil de vérification empirique.¹

5.2. L'hypothèse:

Le modèle globale de la communication adopté par l'entreprise portuaire de Bejaia fondée sur l'écrit favorise l'intégration des salariés.

6. La définition des concepts:

Dans ce qui suit, quelque concepts clés seront définis.

6.1. Définition de la communication interne:

Selon Mahie DE BOISLANDELLE Henri, la communication interne concerne la gestion des messages de la direction à l'égard du personnel sous toutes ses formes.²

D'après Alexandre BAILLY Frédérique, elle renvoie plus particulièrement aux actions menées par la direction et les partenaires sociaux pour informer les personnels sur des sujets tels que l'intégration, les renseignements, l'implication, l'encouragement à la qualité, etc....³

L'enjeu principal de la communication interne est l'instauration d'échanges qualitatifs entre les individus et entre les groupes.⁴

¹Angers, Maurice. Op cit, p.102

²Mahe, De Boislandelle et Henri. Dictionnaire de gestion, vocabulaire, concepts et outils. Paris : Economie, 1998, p.67

³ Alexandre, Bailly Frédérique et Bourgeois, Denis et autres. Comportement humains et management. Paris: Pearson Education, 2006, p.118

⁴Ibid., p.119

Pour Alain Bruno, la communication interne correspond à la nouvelle fonction qui dans l'entreprise consiste à faire circuler l'information entre la direction et les salariés.¹

On retient de ces trois définitions que DE BOISLANDELLE, BAILLY et BRUNO définissent la communication interne à travers sa direction.

Pour LAMIZET Bernard, C'est toute communication dans les organisations destinés à obtenir d'adhésion des membres aux objectifs de celle-ci, elle s'inscrit donc dans une logique mobilisation et de motivation du personnel.²

Il s'agit ainsi, selon Lamizet, d'un acte qui permet d'intégrer les salariés.

Pour Francis BALLE, la communication interne est l'action qui consiste à l'échange de message à l'intérieur de l'entreprise par le biais du face à face, ou à distance, avec ou sans le recours d'un média.³

On constate dans cette définition que BALLE met l'accent dans sa définition sur le canal utilisé pour définir la communication interne.

Pour WESTAPHALEN, La communication interne englobe l'ensemble des actes de communication qui se produisent à l'intérieur d'une entreprise. Elle remplit de multiples fonctions, exposer (des résultats, un bilan), transmettre (des informations, un savoir, un métier) explique (une nouvelle orientation, le projet de l'entreprise) impliquer, motiver, préparer et accompagner le changement.⁴

On peut dire alors que cet auteur veut se rendre compte de la communication interne à travers sa limite spatiale et les fonctions qu'elle remplit.

¹ Alain, Bruno. Dictionnaire d'économie et des sciences sociales. Paris : Ellipse, 2005, p.94

²Lamizet, Bernard et Silem, Ahmed. Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication. Paris : Marketing, 1997, p.131

³ Balle, Francis. Dictionnaire des médias. Paris : Larousse- bordas, 1998, p.50-51

⁴Westphalen, Marie-Hélène. Communicator. Paris : Dunod, 2004, p.76

6.2. Définition de l'entreprise:

Selon François Perroux, l'entreprise combine les facteurs de production en vue d'obtenir un produit qu'elle écoule sur le marché. Elle ne tend pas immédiatement et principalement à satisfaire les besoins de ses membres.

Elle répond à l'appel des besoins solvables sur le marché; elle se conforme la hiérarchie de leur solvabilité et non à celle de leur urgence.¹

6.3. Définition de L'intégration:

Selon Madeleine GRAWITZ l'intégration s'exprime par l'ensemble des interactions entre les membres d'un groupe provoquent un sentiment d'identification ou dit groupe et ses valeurs.²

Pour Parsons « l'intégration veille à l'harmonie des différentes éléments de l'organisation »³

6.4. Définition des salariés:

Selon Madeleine GRAWITZ, au sens strict, ils désignent seulement les travailleurs du secteur public industriel et commercial. Parfois utilisé à tort en englobant les agents publics de l'Etat et des collectivités locales.⁴

¹ Jean-Claude, Gehanne. Dictionnaire thématique de sciences économiques et sociales tom 1. Paris : Dunod, 1995, p.78

²Grawitz, Madeleine. Lexique des sciences sociales. Paris : Dalloz, 1981, p.79

³Silvermand, David. La théorie des organisations. Paris :Dunod, 1973, p.49

⁴Grawitz, Madeleine.Op cit, p.362

Chapitre II

L'approche théorique de l'étude

1. Les techniques de communication interne:

L'utilisation de la communication pour l'intégration des salariés en particulier dans les organisations passe tout d'abord par une communication interpersonnelle.

2. Définition de la communication interpersonnelle:

Elle est très présente dans les processus de communication interne des organisations. La communication interpersonnelle est considérée comme la base de tout acte de communication. La communication comprend deux aspects qui sont:

2.1 Aspect non verbal:

L'aspect non verbal fait référence à l'étude du langage corporel qui correspond aux expressions faciales, aux gestes, aux distances interpersonnelles. Elle exprime les émotions, les sentiments, les valeurs. Cette communication renforce et crédibilise le message lorsqu'elle est adaptée, mais peut décrédibiliser ce même message si elle est inadaptée. Le langage non verbal permet la communication entre personnes de langues différentes. Le rire et l'expression de la douleur sont des expressions non verbales universelles mais ils doivent être interprétés en fonction du contexte. La signification d'un geste dépend de la situation de l'émetteur, du récepteur, de la culture, de la religion. Par exemple Les vêtements blancs ou noirs pour le deuil, selon la pratique religieuse dans différents pays.¹

¹ D'Almeida, Nicole et Libaert, Thierry. La communication interne de l'entreprise. Paris : Dunod, 2000, p.13

2 .2 Aspect verbal:

L'aspect verbal ne nécessite pas forcément l'emploi de la voix, l'usage de la langue, des signes, pour rendre notre communication verbale impactant, en premier lieu on doit travailler notre communication non verbale sourire, douceur dans la parole...

3. Les moyens de communication interne:

Les moyens de communication interne peuvent être répartis en 3 groupes.

3.1 Moyens oraux:

3.1.1 Les réunions:

3.1.1.1 Objectifs:

Faire rencontrer les salariés dans une ambiance agréable, fêter un évènement, renforcer l'appartenance à une communauté.

3.1.1.2 Avantages:

Entretien un climat social détendu, notre naturel proche de la vie sociale, occasion parfois de désamorcer des conflits naissants et cout très faible.

3.1.1.3 Inconvénients:

Elles peuvent avoir des échecs qui peuvent être de deux natures; soit elles concernent un problème d'organisation soit elles se situent dans le déroulement même de la réunion.

3.1.2 La vidéo:

3.1.2.1 Objectifs:

Informer ponctuellement ou régulièrement, convaincre et séduire, sensibiliser le personnel sur un thème (sécurité, qualité, environnement) et conférer un certain prestige à un évènement.

3.1.2.2 Avantages:

Elle a un fort impact malgré la tendance à la banalisation de l'image. Compréhension et mémorisation facilitées et public large.

3.1.2.3 Inconvénients:

Dans le cas d'une surface brillante, les spectateurs sont soumis au reflet du vidéo projecteur, ce qui est désagréable, voire dangereux, et aussi lorsque le vidéo projecteur est placé à la hauteur d'homme, il est désagréable de recevoir le souffle chaud du ventilateur.

3.1.3 Face à face:

3.1.3.1 Objectifs:

Créer des liens entre les employés autour d'un sujet commun, permettre d'y exprimer ses pensées, réajuster ce qui peut poser problème de manière conviviale.

3.1.3.2 Avantages:

C'est un contact personnalisé permet d'expliquer et de démontrer, feed-back immédiat.

3.1.3.2 Inconvénients:

Manque de temps, demande une réaction immédiate, le statut et l'autorité de l'une des deux personnes peuvent être une source de la pression.

3.2 Moyens écrits:

3.2.1 L’Affichage:

3.2.1.1 Objectifs :

Informé, information inédite ou d’accompagnement, sensibiliser (sécurité, qualité, projet d’entreprise), annoncer une visite.

3.2.1.2 Avantages :

Simple, souple d’utilisation, peu onéreux, ampleur et rapidité de la diffusion, fort impact si bonne qualité de la conception (photos).

3.2.2 La revue de presse:

3.2.2.1 Objectifs:

Informé le public interne des articles publiés dans la presse concernant l’entreprise et son environnement.

3.2.2.2 Avantages:

Assurer une couverture sur l’environnement, sensibiliser les salariés à l’image externe de l’entreprise, entretenir une image de transparence, renforcer l’impact d’un évènement propre à l’entreprise amplification par effet d’écho, susciter l’attitude de veille.

3.2.2.3 Inconvénients:

La qualité médiocre du support, cout élevé, saturation (message publicitaire trop nombreux), mauvaise qualité du support, donc peu valorisant pour le produit.

3.2.3 Le Journal d'entreprise:

3.2.3.1 Avantages:

Il représente le principal support de la communication interne, il crée un sentiment d'appartenance entre les membres hiérarchiques d'une même collectivité.

3.2.3.2 Inconvénients:

On lui reproche souvent d'être trop hiérarchique et pas assez interactif .Il est à la foi le plus critiqué des moyens de communication interne-écrits, plus de la moitié des lectures se disent indifférents ou agacées par son contenu.

3.3. Moyens électronique:

3.3.1 Le site de l'entreprise:

3.3.1.1 Objectifs:

Le site peut répondre à des objectifs très différents: crédibilité, collecte de prospects, vente en ligne, support client.

3.3.1.2 Avantages:

Convaincre des nouveaux clients d'acheté les produits de l'entreprise et de faire recours à ses services. En d'autres termes, le but fondamental du site est d'augmenter le chiffre d'affaire, augmenter la visibilité de l'entreprise, augmenter la crédibilité professionnelle par la clarté et la qualité des textes du site.

3.3.1.3 Inconvénients:

Le manque de main d'œuvre et du matériel informatique peut répondre aux exigences du site interne

3.3.2 L'intranet :

3.3.2.1 Objectifs:

Apporter à l'ensemble des salariés de l'entreprise des informations sur l'actualité de l'entreprise ainsi que des données tels que le livret d'accueil.

3.3.2.2 Avantages:

Permet de faire naître et de forger une identité collective, permet de personnaliser l'information transmise à l'internaute e, fonction de son profil et de sa fonction.

3.3.2.3 Inconvénients:

Il peut tout d'abord se créer une sorte de rupture au niveau personnel, tout les salariés n'ayant pas accès aux mêmes informations. L'autre risque est lié aux technologies qui induisent or un excès d'informations provoque une surcharge mentale.

Conclusion

La communication interne se pénètre de plus en plus comme un instrument d'engagement interne aux valeurs de l'entreprise et développe le sens du groupe. Mais si la communication n'a pas de finalité humaine, elle ne sert à rien. La communication interne est une démarche très importante dans la vie des entreprises et des organisations. Elle permet en effet d'en faciliter le fonctionnement. Chacun peut se situer dans l'organisation en comprenant mieux les activités et les objectifs fixés aux autres services, en outre, chacun doit savoir à qui s'adresser pour obtenir des compléments d'information. La communication interne doit également contribuer à améliorer la motivation des collaborateurs en les rassemblant autour de valeurs et d'engagements. Elle doit rendre l'entreprise

attractive auprès des candidats potentiellement intéressés et notamment, les étudiants comme pour toute approche de communication persuasive.¹

4. Le rôle croissant de la communication interne:

La communication peut être considérée, d'une manière, comme une communication marketing où l'objet à vendre est l'entreprise et le client potentiel est le personnel. Mais la direction d'une entreprise ne doit penser que l'information ne circule qu'à travers la communication interne formelle.

La rumeur, le bruit de couloir, les relations personnelles privilégiées sont autant de circuits de transaction de l'information dont la communication interne doit tenir compte tant dans sa définition que dans sa gestion. Il est évident que la taille de l'entreprise est déterminante pour le plan de communication à mettre en œuvre. Dans une entreprise, voir une TPE (très petite entreprise), la communication directe entre le dirigeant et ses employés est souvent suffisante. Dès que l'entreprise grandit, la mise en place d'une variable stratégie de communication s'impose.

Rare sont les salariés qui peuvent travailler sans communication (Pour nous, les réalisateurs de cette recherche, on considère même qu'il n'existe pas des salariés qui peuvent travailler sans communiquer). Aujourd'hui les formes d'organisations les plus courantes poussent à la communication.²

5. Les objectifs de la communication interne:

L'intensification de la communication interne est directement liée aux objectifs qu'on peut lui attribuer. Ces derniers peuvent être regroupés en trois grandes catégories informer, motiver, rassembler, en particulier lorsqu'il faut gérer un changement important. Ces objectifs doivent être mis en parallèle.³

¹ Ibid., p.73

²Decaudin, Jean-Marc et Igalens, Jaques. La communication interne, Stratégie Et Techniques. Paris : Dunod, 2003, p.14

³D'almeida, Nicole et Libaert, Thierry. Op cit, p.78

6. La théorie adoptée:

Jean Lohisse, distingue quatre grands modèles de sociétés définies à partir du système de communication qu'elle privilégie, structures sociétales et mentalités collectives étant examinées dans leur interrelation au type de langage dominant.

6.1. L'oralité et les sociétés traditionnelles:

Historiquement, les villages marquent, avec l'agriculture et l'élevage, l'implantation des sociétés née de la sédentarisation où s'arrête la course des hommes nomades. Des réseaux de communication plus ou moins complexes s'y établissent, créant le premier véritable espace de communication. On peut parler de sociétés premières ou tribales, en évitant le terme primitif qui, depuis les colonisations, traîne derrière lui des relents de mépris.

Trois caractéristiques sociologiques essentielles définissent le groupe oral qui habite ce décor villageois, tribal et traditionnel. Le groupe oral est un groupe primaire au sens où c'est un groupe uni par le sang auquel la participation des membres n'est pas volontaire et qui « engendre une tradition respectueuse des identités à long terme qui ne sont pas sujettes au choix rationnels ni au calcul. » Du point de vue des relations qui animent ce groupe, on tiendra pour déterminante la situation de face-à-face physique, de proximité spatiale qui soude les membres de la communauté. Cette situation est primordiale et donne au groupe oral sa seconde caractéristique sociologique générale. Enfin, le nombre des unités qui composent le groupe est restreint et cette donnée statistique joue, elle aussi, un rôle important dans la solidarité qui, à tous les niveaux, unifie le groupe oral.¹

¹Lohisse, Jean. Les systèmes de communication, approche socio-anthropologique. Paris : Armand Colin, p.13

7. Les trois traits fondamentaux du langage oral:

Multiples sont les points de similitude ou d'analogie entre toutes les formes et manifestations du langage dans les premières civilisations.

Trois traits sont fondamentaux pour définir le langage de l'oralité : il est naturel, magique et global. Ce sont là, typologiquement parlant, les traits nécessaires et suffisants pour le saisir dans son essence.¹

7.1. Un langage naturel:

Ce qui frappe immédiatement l'observateur des manifestations de communication sociale, c'est la proximité, la liaison, l'intimité profonde qui unissent le langage oral à la nature. L'auteur donne quelque exemple choisis dans les domaines d'expression divers. S'ils se rapportent à ces expériences, la plupart d'entre eux n'en restent pas moins généralisables et leur transposition dans d'autres aires culturelles ne demande qu'un petit effort d'investigation créatrice.

Le langage verbal, dans son répertoire et son utilisation souligne clairement ce caractère naturel. Les formes imagées, la comparaison, les phares synthétiques se référant aux animaux, aux plantes, aux mille frémissements de la nature vivante, y foisonnent.

7.2. Un langage magique:

Mais si entre le signe et la nature se trouve un rapport d'immanence, l'un et l'autre se construisent alors mutuellement. Apparaît ainsi une seconde dimension, indéfectiblement reliée à la première tirant sa substance de la nature, incarnée, le langage de l'oralité est aussi constructeur de la réalité, il est magique.

¹Ibid., p.14

La magie est une croyance qui repose sur trois dogmes. Tous de la réalité physique à la réalité psychique, a rapport avec tout ; cette totalité possède une âme, détient une force ou peu l'acquérir; cette force est utilisée, manipulée par l'homme.

Le langage de l'oralité ne représente pas ; il crée. La représentation n'est pas dissociée de l'objet lui-même ; l'image de l'objet et l'objet lui-même. Peindre les animaux sur la paroi des cavernes relevait moins du souci d'exprimer une sensibilité esthétique que de donner à la communauté des gages de réussite pour la chasse. Saisir l'image, c'était déjà capturer le gibier convoité. Lors du passage de l'économie de la chasse à la culture du sol et de l'élevage, la conception et les pratiques magiques concerneront des objets et des contextes plus complexes et donneront lieu à des niveaux plus élaborés de magie comme le totémisme.¹

7.3. Un langage global:

Tout ce qui précède et l'idée d'immanence évoquée par LOHISSE amènent à la troisième caractéristique nécessaire au langage oral l'indissociable unité qui, liant les différents aspects et composantes, en fait, à différents niveaux, un langage global.

Sous cet angle, le langage peut d'abord être dit synthétique. L'exemple le plus clair s'observe dans le style verbal ou l'élément premier n'est pas le mot, encore moins la syllabe, mais bien les ensembles non dissociés présentant un sens intelligible. L'unité de sens du proverbe, partout présent dans les communications traditionnelles, ne surgit pas d'une analyse sémantique séquentielle mais d'une saisie dans sa totalité et son épaisseur sociales.

Il en va de même pour le langage tambouriné. Si les sons de syllabes et, éventuellement, des voyelles, sont pris en compte pour la transmission, cette

¹ Ibid., p.18

utilisation ne s'accompagne pas pour autant d'une conscience rationnelle de ces constituants de la phrase. C'est bien dans la pratique sociale du langage verbal donnant la ligne mélodique et rythmique globale, que batteurs et auditeurs tirent le sens du message diffusé.

Le langage de l'oralité est également global parce que multi sensoriel. Certains auteurs, comme Macluhan ou Carothers, avancent que dans les civilisations traditionnelles, le sens de l'ouïe est privilégié, que les populations vivent surtout dans un univers de sonorités. Ces affirmations sont étonnantes pour Lohisse car elles semblent faire peu de cas de la multitude des signes où le sens visuel est requis : habits, parures, masques, peintures, attitudes, mouvements, scarifications, tatouages, etc.

Le discours parlé s'accompagne toujours de gestes des mains qui ponctuent les mots, les amplifient, les suivent, les précèdent, les modèlent, les portent. Au mouvement de la main s'ajoutent la vie du regard, le travail des muscles de la face, le jeu de tout le corps. Comme l'a noté Marcel Jousse, dissocier le balancement des phrases, des branles et des rondes ou des berceuses d'avec les gestes qui les ont, pour ainsi dire suggérées et dictées, serait se priver de toute explication profonde.

En fait, c'est à tous les sens réunis que fait appel la communication orale. Dans la palabre, il y a, certes, le parler, mais le discours, c'est tout autant les postures, les habits, les odeurs, les goûts, la boisson, la nourriture. C'est le corps tout entier qui parle, et l'on saisit combien incompréhensible peut être, pour ces populations, la dissociation de la voix et du corps par l'artifice radiophonique.¹

8. La naissance de l'écriture:

Le propos n'est pas d'étudier en soi la constitution et l'évolution des

¹ Ibid., p.21

multiples écritures. Dans cette période des rendez-vous de l'écriture, qui reste fondamentalement de type oral, l'analyse tentera de repérer les indices, les germes d'une déstructuration au niveau des modes de pensée, de comportement, de communication établis et les signes de nouvelles façons de faire dans ces domaines.¹

8.1. La transformation du village après l'apparition des nouveaux facteurs:

Englobé dans ses rites et son présent sans cesse recommencé, le village ne pouvait se transformer sans l'apparition de facteurs totalement nouveaux. Sans doute, aux chasseurs, agriculteurs et éleveurs des premiers temps sont lentement venus s'adjoindre, surtout dans des entités plus larges comme les chefferies et les royaumes, d'autres groupements spécialisés non producteurs ou pourvoyeurs de nourriture fonctionnaires, soldats, gouverneurs, prêtres. Mais cette évolution ne sera vraiment significative qu'en certains lieux où la centralisation va entraîner un mode d'organisation sociale totalement nouveau; la ville.

Apparues à la fin du néolithique, entre 3500 et 2000 ans avant notre ère, la première ville se situent dans les grandes vallées fluviales du Nil du Tigre et de l'Euphrate, de l'Indus, du Houang-Ho (le fleuve Jaune), du Yang- Tsé-King, du Si-Kiang, vallées fertiles mais aussi voies terrains humides donnent des récoltes exceptionnelles de céréales et de fruits. Cette abondance se voit encore accrue par le progrès dans les conditions de production comme par exemple la domestication de l'eau par la concentration et l'augmentation de la population et met en œuvre la division du travail. Ce sont là des phénomènes radicalement nouveaux.

Les surplus de production expliquent pourquoi cultiver la terre n'est plus une obligation faite à chacun pour assurer la subsistance de la collectivité. Mais

¹Ibid., p.31

cette situation va très vite faire apparaître un clivage entre la campagne, où l'on produit et la ville où la nourriture est stockée et distribuée. La gestion des biens et des gens devient le développement de toute la nouvelle société.

La ville est le siège de l'autorité politique et religieuse. Les études des archéologues sur les sites urbains les plus anciens n'ont pas permis jusqu'ici de montrer clairement le degré de liaison entre le pouvoir endroits, les temples comprennent non seulement le sanctuaire mais des entrepôts, des ateliers, des boutiques. Dans le plain mésopotamien exemple parmi bien d'autres, les gouverneurs des villes qui accumulent les provisions de vivres pour toute la population sont les représentants du lieu local.

La gestion va de pair avec une appropriation de la terre la propriété collective qui existait dans les petites communautés fait place à la propriété des seigneurs et aux taches serviles des travailleurs des champs.¹

8.2. Les cheminements de l'outil écriture:

Dans les sociétés traditionnelles, la parole reste sans support matériel et la mythographie (langage des traces objets, pictogrammes, glyphes) se développe en formant une relation symbolique indépendante du langage verbal. En donnant une représentation visuelle du parler, l'écriture va donner au langage le caractère matérialisé et durable dont il était dépourvu elle le rend transportable et conservable.

Représentation, conservation, transport voici, dès le départ, des notions peu habituelles sinon contradictoires avec la mentalité de l'oralité. Elles contiennent en puissance de toutes nouvelles perceptions du temps et de l'espace. Née sous l'impulsion de facteurs qui ont mis à mal la société villageoise, l'écriture va à son tour jouer un rôle dynamique dans les

¹ Ibid., p.31

transformations qui marquent la pensée de l'homme et ses pratiques au sein des nouvelles sociétés qui se constituent.¹

9. La scribalité dans l'Europe des manuscrits:

De la construction des Etats Héléne aux grandes conquêtes de Rome, le monde gréco- romain a connu bien des visages. Dans les royaumes, républiques et empires successifs, philosophes et soldats ont redessiné les territoires et les groupes humains. La cité des premiers temps de Sparte et d'Athènes ou la confédération de villages latins différents beaucoup, dans leur forme et leurs institutions, de la métropole hellénistique ou de l'urbs républicaine, celles-ci ne préfigurant elles-mêmes que timidement le milieu de vie de la mégapole alexandrine ou de Rome, la cosmopolite.

Jamais pourtant ces vicissitudes ne parviendront à entamer irrémédiablement la profonde continuité de ce monde, berceau et creuset de la civilisation occidentale. En Grèce et à Rome, qui connurent dès leur origine ce qu'on appelle « l'écriture achevée », l'attitude persistante vis- à vis de l'écriture semble devoir parmi les traits qui font l'unité de l'antiquité classique et poser les premiers repères dans l'établissement de la scribalité .

L'observation de quelques comportements dans la vie littéraire ou politique, là où dire et écrire se trouvent rapprochés ou confrontés, permet d'esquisser les contours de cette attitude.²

10. La communication dans la vie publique:

Depuis le V^e siècle avant J.C. En Grèce, depuis le IV^e siècle à Rome, la participation à la vie civique se fait essentiellement à partir du discours.

Platon souhaitait que la cité idéale ne dépassât pas un chiffre de population

¹ Ibid., p.33

² Ibid., p57

tel que tout l'ensemble des citoyens demeure à portée de voix d'un orateur. Ceci reste un idéal; mais cet idéal se retrouve toujours vivant. De nombreux siècles plus tard, dans le monde romain où l'art du discours, sous tous ses aspects, reste un modèle d'excellence.

Les usages varient, certes, dans le temps mais, quelle qu'en soit la forme, l'art oratoire sera toujours discipliné par l'exercice de l'écriture et de la lecture. Des écoles de grammaire à celles des rhéteurs, c'est dans l'étude appliquée et quotidienne de la lettre et du texte et dans l'usage des schémas intellectuels enseignés. Que l'art de la parole, sans renoncer au souffle du dire, trouvera les fondements de sa construction.

L'exemple de l'argumentation ou de l'administration de la preuve illustre bien cet état des choses. D'une part, la parole garde son aura de vérité et sa puissance de conviction. Mais parallèlement il échappe de moins en moins aux esprits éclairés que l'écriture propre des modes différents d'examen, qu'elle rend possible des formes nouvelles de contradiction et des types de preuve formalisée.¹

11. La médiation-machine:

Au début des temps modernes, l'apparition de l'imprimerie marque l'irruption de la machine au cœur de la relation sociale. Avec la production en série de l'écrit, la scribalité se trouve ébranlée. Les transformations construites les amorces d'un nouveau langage, elles préparent l'émergence d'une mentalité collective originale, elles travaillent à une restructuration de l'organisation sociétale.²

¹Ibid., p.65

²Ibid., p.89

11.1. La machine à communiquer:

L'excellence, la sélection, le qualitatif que sous-tend l'univers de la scribalité vont soudain être confrontés à des événements nouveaux. Parmi eux, il en est un dont ses contemporains ne peuvent mesurer toute l'importance de transformation dans l'évolution des systèmes de communication l'apparition de l'imprimerie qui marque l'irruption de la machine au cœur de la relation humaine.

11.2. Les journaux XVII^e et XVIII^e siècles:

Tout au long des XVII^e et XVIII^e siècles l'imprimé s'appliquera dans ses contenus cette fois, à témoigner et à construire ces événements. C'est le livre et la brochure qui porteront les écrits des penseurs des lumières élaborant la philosophie universelle de la liberté de l'Homme et la théorie de la représentation nationale. Mais c'est dans une large mesure grâce à la presse périodique que la bourgeoisie, nouvelle consommatrice des articles intellectuels pourra faire siennes ces idées en les adaptant à ses besoins.

Les journaux deviendront peu à peu la place publique d'un public à distance ou apparaitront les luttes d'influence et d'idées, la propagande et les partis l'interdit des censures et l'audace des libertés volées, risquées, arrachées, puis conquises.¹

12. Le système masse:

Les indices de changement qui, souterrainement, se sont multipliés depuis le départ des temps modernes vont apparaître au grand jour et donner naissance à un système original de communication? Le passage à la consommation semble bien établir une mentalité collective et une structure sociétale entièrement

¹Ibid., p.90

nouvelles.¹

12.1. La machine-industrie:

Le XIX^e siècle marque l'avènement de l'ère industrielle. Le mouvement amorcé entre 1580 et 1640 sur toutes les régions nord-européennes, connaît une accélération brutale. A ce moment il devient clair non seulement qu'une nouvelle réalité est créée pour des millions d'êtres mais aussi qu'est née une nouvelle manière de penser et de percevoir le réel, Les vieilles notions de temps, d'espace, de matière, de causalité, déjà mises à mal par la mécanisation mais qui perduraient, sont maintenant clairement abandonnées au profit de nouvelles.²

12.2. Les techniques massives de communication:

Vainqueurs du temps portant la communication aux confins de l'univers la presse, le livre à gros tirage, le magazine, la radio, le cinéma, la télévision, constituent le groupe des grandes techniques massives de communication, les mass media.³

12.2.1. Massivité-médiativité :

Le terme mass media est très évocateur. Il suggère les deux caractères essentiels de ces techniques qu'en usant de néologismes, je nommerai leur massivité et leur médiativité.

La massivité est la capacité qu'ont ces instrumentes, à l'exclusion de tous autres, de porter le message à partir d'une source simple à des millions de personnes quasi simultanément. A eux seuls appartient le privilège de mettre, physiquement, le message à la disposition de tous.⁴

¹Ibid.,p.125

²Ibid., p.126

³ Ibid., p.141

⁴Ibid., p.142

12.2.2. L'industrie culturelle:

De par leur massivité et leur médiativité, les mass media se voient contraints de jouer la carte du plus grand nombre. Ils visent un public global indifférencié. Mais s'ils n'atteignent pas cet objectif, tous leurs efforts tendent vers cet idéal. L'auditeur, le lecteur, le spectateur devient alors élément de calcul; on le scrute on l'ausculte, le mesure sans cesse.¹

13. L'artefact informatique:

Les nouvelles technologies, dites largement technologies de l'information, sont aujourd'hui partout présentes. Sur les lieux de travail dans les machines-outils, les chaînes de montage, dans les bureaux d'études et de gestion, dans les laboratoires et les centres de recherche, les services bancaires et commerciaux, toutes les professions sont concernées à des degrés divers et évoluant. On trouve ces techniques utilisées dans des secteurs où on les attendait le moins dans le domaine artistique par exemple, en création musicale, en dessin en architecture en cinéma et encore en sciences sociales, de l'éducation en linguistique et dans l'étude des Livres Saints. Dans le loisir le temps de la relance sociale les espaces d'échanges, les gestes quotidiens, rien n'échappe totalement aux intrusions présentes ou possibles des technologies nouvelles.²

14. L'informalité. Prospective:

Chaque grand mouvement de civilisation vers un nouveau système global de communication est-il annoncé par une initiative grandiose des travailleurs du métal? A l'aube de la longue période qui mènerait à la scribalité, on a vu la métallurgie triompher des maléfices ou les villageois avaient enfermé le forgeron et sa profanation de la terre mère. Au seuil des Temps modernes, C'est encore les hommes du métal que l'on retrouve, inaugurant une nouvelle dans les

¹ Ibid., p.143

² Ibid., p.161

structures sociales, les mentalités et les systèmes de communication entre les hommes/ houillers, lamineurs, ouvriers des hauts-fourneaux de l'industrie nord-européenne et aussi fondeurs, orfèvres, monnayeurs qui donnèrent au principe connu de l'impression sa dimension opérative à l'échelon d'une civilisation tout entière.

Chaque grand système de communication s'est aussi situé dans un espace social ou ses potentialités ont trouvé un endroit privilégié pour sa réaliser. Ce fut le village pour l'oralité, la ville pour la scribalité, la mégapole pour la massalité. La technopole (ou le cyberspace) sera-t-elle le nouvel espace de la communication de demain? Cet espace d'hier tentaient de cerner les visionnaires du cinéma, de la littérature et de la bande dessinée se constitue sous nos yeux. Espace hérissé de silos d'informations, percé de couloirs top-secrets, cerclé de câbles invisibles, univers de cellules closes et interconnectées. Espace ou tout bouge sans déplacement. Espace redimensionné, éclaté (kilo, méga, giga) et implosé (micro, nano, pico, fento). Mais aussi espace immatériel, virtuel ou tout se redéfinit et se dilue. Planète d'un autre monde. Les ébranlements, dans la conception et la perception du temps et de l'espace, laissent augurer d'un changement de galaxie et pour ce qui est de ma démarche plus précise, d'une mutation du système de référence et de relation au langage, à la structure sociétale à la mentalité collective.¹

15. Question de langage:

Que pourrait être le langage des hommes dans un système communicationnel informatisé? tant au niveau de la formalisation qu'au plan du discours, le langage inauguré par la pratique informatique tranche nettement sur les manières de dire et de faire des grands types de langage du passé.

De façon très synthétique, l'oralité, dans son langage vivant, use de signes

¹Ibid., p.170

proches du naturel. Un rapport étroit les unit aux rythmes vitaux, du corps, de la terre, du cosmos; le symbole, disent les Dogons, c'est la parole du monde. Signe et objet sont à l'occasion si proche, qu'ils peuvent se confondre dans leur usage magique. Avec l'écriture qui conduit à la scribalité, la convention s'impose; dans une démarche de raison, le signe prend ses distances sur l'objet qu'il représente par délégation mais n'en retient ni la substance ni même les apparences. La situation est plus ambiguë dans la massalité ou naturel et conventionnel, astucieusement combinés, ouvrent la voie au signe plus vrai que nature ; le simulacre naître de cette union hybride.

Si la formalisation digitale de l'informatique venait à sérier de modèle pour le signe dans le langage des hommes de demain, au semblable, au convenu et au simili s'opposerait alors ce que je propose d'appeler le machiné. Il entend par là que le fondement du signe ne se trouve plus ni dans le monde, ni dans l'esprit, ni dans la transposition médiatique; il repose dans la formalisation des données par la machine et leur traitement par elle, sans autre référence qu'à ces signes eux-mêmes. On pourrait dire que le signe n'est plus pour l'objet ou en connivence

Avec lui; l'objet devient pour le signe, auquel on ne peut accéder qu'à travers la manipulation technique des claviers, disquettes et écrans.

Dans cette vision, prospectrice et typologique, la machine se charge donc, au niveau de l'action mécanique, de ce qui, jusque-là, était part du corps expressif de la pensée. L'expression pensante doit alors se refondre, se plier à des conditions foncièrement nouvelles qui sont celles du langage exacte lui-même corps de manifestations d'une pensée exacte, tendant à s'épuiser tout entière dans cette manifestation.

On objectera que l'homme a en lui des choses qui se communiquent mais qui ne se laissent pas formaliser les émotions, les sensations, tout ce que l'on situe dans l'hémisphère droit de son cerveau (les processus analogiques, intuitifs, non

linéaires, simultanés). Hautement performant pour l'interprétation des données dures, indéformables, le langage de la machine se trouve être très dépourvu face aux données molles, les plus synthétiques, les plus globales ou l'oralité était la plus à l'aise et ou l'écriture, dès ses origines, signalait déjà ses limites. Il ne saurait, dès lors, être question d'une machinisation du langage des hommes.

Les niveaux symbolique et relationnel seraient-ils alors, à tout jamais hors d'atteinte de la machine, et la communication de demain ne pourrait-elle au-delà des influences de surface, se voir transformée par la généralisation du nouveau langage?

Si l'on replace la question dans le contexte des systèmes de communication, la réponse est loin d'aller de soi et l'examen de l'imbrication du langage avec les mentalités collectives et les structures sociétales ne permet pas d'exclure du champ des possibles l'émergence de manières radicalement nouvelles d'être au monde et aux autres par le langage. On restera dès lors attentif aux mots et à la place que leur donne la vie quotidienne comme indicateurs de glissements de sens dans les mentalités et changements dans la configuration des relations sociales.¹

¹Ibid., p.171

Partie pratique

Chapitre III

La méthode appliquée à la recherche

1. Présentation de l'organisme d'accueil:

Le port de Bejaia aujourd'hui est réputé mixte; hydrocarbures et marchandises générales y sont traitées. L'aménagement moderne des superstructures, le développement des infrastructures, l'utilisation de moyens de manutention et de techniques adaptés à l'évolution de la technologie des navires et enfin ses outils de gestion moderne, ont fait évoluer le Port de Bejaia depuis le milieu des années 1990 pour être classé aujourd'hui second port d'Algérie.

Le décret n°82-285 du 14 Août 1982 publié dans le journal officiel n° 33 porta création de l'Entreprise Portuaire de Bejaïa ; entreprise socialiste à caractère économique; conformément aux principes de la charte de l'organisation des entreprises, aux dispositions de l'ordonnance n° 71-74 du 16 Novembre 1971 relative à la gestion socialiste des entreprises et les textes pris pour son application à l'endroit des ports maritimes.

L'entreprise, réputée commerçante dans ses relations avec les tiers, fut régie par la législation en vigueur et soumise aux règles édictées par le sus-mentionné décret.

Pour accomplir ses missions, l'entreprise est substituée à l'Office National des Ports (ONP), à la Société Nationale de Manutention ([SO.NA.MA](#)) et pour partie à la Compagnie Nationale Algérienne de Navigation (CNAN).

Elle fut dotée par l'Etat, du patrimoine, des activités, des structures et des moyens détenus par l'ONP, la [SO.NA.MA](#) et de l'activité Remorquage, précédemment dévolue à la CNAN, ainsi que des personnels liés à la gestion et au fonctionnement de celles-ci.

En exécution des lois n° 88.01, 88.03 et 88.04 du 02 Janvier 1988 s'inscrivant dans le cadre des réformes économiques et portant sur l'autonomie

des entreprises, et suivant les prescriptions des décrets n°88.101 du 16 Mai 1988, n°88.199 du 21 Juin 1988 et n°88.177 du 28 Septembre 1988.

L'Entreprise Portuaire de Bejaia; entreprise socialiste; est transformée en Entreprise Publique Economique, Société par Actions (EPE-SPA) depuis le 15 Février 1989, son capital social fut fixé à Dix millions (10.000.000) de dinars algériens par décision du conseil de la planification n°191/SP/DP du 09 Novembre 1988. Actuellement, le capital social de l'entreprise a été ramené à 1.700.000.000 Da, détenues à 100% par la Société de Gestion des Participations de l'Etat «Ports », par abréviation « SOGEPORTS ».¹

1.1. Situation géographique:

Le port de Bejaïa, est délimité par

- Au nord par la route nationale N°9.
- Au sud par les jetées de fermeture et du large sur une largeur de 2 750m.
- A l'est par la jetée Est.
- A l'ouest par la zone industrielle de Bejaia. ²

2. La phase exploratoire:

Selon Raymond QUIVY et Luc Van Campenhoud, l'exploration « Comprend les opérations de lecture, les entretiens et quelques méthodes d'exploration complémentaires. Les opérations de lecture visent essentiellement à assurer la qualité du questionnement, tandis que les entretiens et les méthodes complémentaires aident notamment le chercheur à avoir un contrat avec la réalité vécue par les acteurs sociaux. »³

Dans cette recherche, l'exploration s'est déroulée en deux phases. Dans la

¹ Site de l'EPB

² Ibid.

³Quivy, Raymond et Lucvan, Campenhoudt. Manuel de recherche en sciences sociales. Paris :Dunod, 2006, p. 41

première phase, nous avons exploré les théories qui ont un rapport avec le thème. Nous avons essayé de lire et de résumer tous ce qu'on trouvait en rapport avec le thème (voir chapitre II, pp. 15-35).

Dans la deuxième phase, nous nous sommes déplacés pour la première fois sur le terrain d'étude afin de se situer par rapport aux différentes approches théoriques. Pour cela, nous avons effectué sept entretiens exploratoires en posant deux questions ouvertes. La première question était destinée à la chargée de communication au sujet des moyens de communication interne mobilisés par l'EPB. La deuxième question a ciblé des nouvelles recrues concerne les moyens qui contribuent à leur intégration.

Nous présenterons ci-après les résultats obtenus.

2. 1. Les moyens de communication interne utilisés dans l'entreprise:

- SIP (système d'informations portuaire) qui est un outil de gestion permettant d'évaluer rapidement la productivité du port. Il met à la disposition des gestionnaires, des renseignements pertinents qui favorisent la maîtrise de l'activité portuaire.
- Les écrans géants permettant de cibler les gens du port et même ceux de l'extérieur afin de transmettre les informations.
- Les petits écrans utilisés dans chaque direction qui sont très importants et qui se gèrent via des logiciels et des applications, par exemple s'il y'a une nouvelles instruction, elle va être affiché directement sur ces écrans.
- Outlook. qui est un gestionnaire d'informations personnelles et un client de courrier électronique propriétaire édité par Microsoft. Il fait partie de la suite bureautique Microsoft Office. Mais ce qu'il l'utilise avec le format papier. Il peut être utilisé de manière autonome, mais il a aussi la possibilité de fonctionner conjointement à Microsoft Exchange Server pour fournir des fonctions étendues pour une utilisation multiutilisateurs

dans une organisation, telles que le partage des boîtes de courriels, des calendriers et des emplois du temps des réunions.

- Questionnaire. Il l'utilise pour connaître les réactions de tous les salariés afin de porter un changement à l'entreprise.

Durant la période de stage, nous avons constaté que les moyens les plus mobilisés effectivement par l'EPB sont d'ordre écrit.

2. 2. Les moyens contribuant à l'intégration des nouvelles recrues:

L'analyse de contenu des propos recueillis a fait paraître ce qui suit:

N° 01 : Répartition des moyens contribuant à l'intégration selon les entretenus

Entretenu	Les moyens d'intégration	
1	Conditions matérielles du travail Moyens écrits, moyens oraux Communication interpersonnelle	Oralité
2	Conditions matérielles du travail.	/
3	Communication interpersonnelle, condition matérielle du travail, moyens écrits.	Oralité+ l'écrit
4	Communication interpersonnelle	Oralité
5	Communication interpersonnelle Moyens électroniques	Oralité+l'électronique
6	Communication interpersonnelle	Oralité
7	Communication interpersonnelle	Oralité

Source : Pré-enquête.

3. La démarche de l'étude:

Afin de réaliser ses objectifs, le chercheur doit suivre une démarche

rigoureuse. Cela signifie essentiellement le respect de certains principes généraux du travail scientifique, distingué et mettre en œuvre de manière cohérente les différentes étapes de la démarche. Une démarche est la manière qui aide le chercheur à progresser vers un but.¹

Comme tout travail de recherche, nous avons commencé cette étude par une question de départ. Une fois la question posée, nous avons commencé par l'exploration sur le thème entre lectures et entretiens exploratoires dont nous avons expliqué le déroulement plus loin.

Par la suite, nous avons problématiser le sujet de recherche, puis sélectionné un cadre conceptuel inespéré de l'approche adoptée

Dans un quatrième temps, nous avons commencé la phase de l'observation et terminé par la constatations.

4. La méthode utilisée:

La méthode peut se définir comme « L'ensemble des procédures, des démarches précises pour en arriver à un résultat»²

La méthode est une ligne de conduite qui prescrit la manière de concevoir et de planifier son travail sur un objet d'étude en particulier. Elle peut intervenir d'une façon plus au moins précise à toutes les étapes de la recherche ou à l'une ou l'autre³

Partant du fait que cette recherche vise à mesurer l'impact de la communication interne sur l'intégration des nouvelles recrues, la méthode quantitative se trouve la plus adéquate pour sa réalisation.

¹Ibid., p.15

² Angers, Maurice. Op. cit, p.09

³ Ibid., p. 59

4. 1. La méthode quantitative:

D'après Maurice ANGERS, les méthodes quantitatives visent d'abord à mesurer le phénomène à l'étude, les mesures peuvent être ordinales « plus grand ou plus petite que », ou numériques avec usage de calculs. La plus part des recherches en sciences humaines utilisent la mesure ; il en est ainsi quand on fait usage d'indices, de taux, de moyens ou, plus généralement, d'outils que fournit la statistique. Veut-on connaître l'évolution des prix à la consommation depuis dix ans, les intentions de vote à la prochaine élection, le lien entre le degré d'urbanisation et le taux de natalité, on fera appel à des méthodes quantitatives. Méthode descriptive (méthode quantitative) pour mesurer le phénomène décrire et analyser les rapports entre les différents éléments et ainsi d'expliquée les causes.¹

5. La technique de collecte de données:

Les techniques de collecte de donnée permettent au chercheur d'être en contact avec la réalité qu'il désire étudier et servent à collecter les données dont il a besoin. Dans ce sens, Maurice ANGERS écrit « Les techniques de recherche sont les moyens qui permettent d'aller recueillir des données dans la réalité »²

La technique de recherche que nous avons utilisée était bien le questionnaire. Il s'agit d' « un moyen d'entrer en communication avec des informateurs, en les interrogeant un à un et de façon identique, en vue de dégager des réponses obtenues des tendances dans les comportements d'une large population. »³

Ce choix n'est pas fortuit, mais s'explique par une raison purement

¹Ibid., p.60

²Ibid., p.66

³Ibid., p.146

méthodologique pour un objectif de la recherche qui consiste à mesurer le rapport de causalité entre deux phénomènes le questionnaire semble le plus adéquat étant donné qu'il « le questionnaire a pour fonction principale de donner à l'enquête une extension plus grande et de vérifier statistiquement jusqu'à quel point sont généralisables les informations et hypothèses probablement constituées. »¹

6. Echantillonnage :

Ensemble des opérations permettant de sélectionner un sous-ensemble d'une population en vue de constituer un échantillon.²

6.1. L'échantillon:

Au départ, nous avons choisi les nouvelles recrues comme une population d'étude. Étant que leur nombre était de 52, nous avons décidé de les prendre toutes.

En arrivant à la phase de la collecte de données, nous étions orientés vers le personnel administratif étant donné que ses éléments sont disponibles. Vu que ces derniers ne dépassaient le nombre de 7, on a préféré s'intéresser plutôt aux salariés.

Les charges du personnel nous ont empêchés de procéder par échantillon aléatoire simple ou échantillon systématique. Nous étions orientés directement par l'organisme d'accueil vers les éléments disponibles.

De ce fait, l'échantillon étudié ne peut être probabiliste car même la liste de la base de population est disponible théoriquement.

Vu ces contraintes rencontrées sur le terrain imposées par la nature du travail

¹Combessie, Jean-Claude. La méthode en sociologie. Paris : La découverte, 2001, p.33

²Angers, Maurice. Op cit, p. 288

portuaire d'un côté et les contraintes de temps d'un autre coté (durée de stage un mois), nous étions obligés d'opter pour un échantillonnage typique.

6.2. L'échantillonnage typique: D'après Maurice Angers, dans l'échantillonnage typique, les éléments choisis pour faire partie de l'échantillon apparaissent comme des modèles de la population de l'étude. Nous recherchons un ou des éléments considérés comme des portraits types de la population dont ils proviennent. Par exemple, si on mène une recherche sur la nature des préoccupations sociales d'étudiants et étudiantes du collégial, on peut décider de porter son attention sur les étudiants inscrits en sciences humaines par ce qu'on pense raisonnablement que ceux-là sont plus préoccupé par les questions sociales que les autres.¹

En ce qui concerne les caractéristiques définies pour choisir les éléments à faire partie de l'échantillon, il s'agit d'être parmi le personnel administratif de l'EPB et d'être disponible pour répondre à un questionnaire auto-administré

7. L'instrument de collecte de données:

Sur le plan empirique, un formulaire de question a été construit après une analyse conceptuelle des deux variables communication interne et intégration.

« Le Formulaire de question est «un instrument de collecte de donnée construit en vue de soumettre des individus à un ensemble de questions ».²

7.1. Questionnaire:

Le questionnaire se définit comme un moyen d'entrer en communication avec des informateurs, en les interrogeant un à un et de façon identique, en vue de dégager des réponses obtenues des tendances dans les comportements d'une large population

¹ Ibid., p.237

²Ibid., p.180

« Le questionnaire a pour fonction principale de donner à l'enquête une extension plus grande et de vérifier statistiquement jusqu'à quel point sont généralisable les informations et hypothèses préalablement constituées ». Parfois, pourtant, il est utilisé à des fins plus explicitement explorations

Par exemple, pour entre en relation avec des personnes dont le nom dans un fichier et à qui on demande dans le questionnaire si elles accepteraient le principe d'un entretien.¹

Après avoir construit l'hypothèse, nous avons défini les variables afin de construire un formulaire de question.

Sur le plan pratique, le formulaire de question se compose de 5 axes. Le premier concerne les données personnelles, le deuxième concerne l'impact de la communication interne sur l'intégration professionnelles, le troisième concerne l'impact de la communication interne sur l'intégration culturelle, le quatrième concerne l'impact de la communication sur l'intégration psychologique. Enfin le cinquième concerne l'impact de la communication sur l'intégration juridique (Voir annexe n° 2 p. 108).

Tableau n°02 : la conceptualisation

Concepts	Dimension	Indicateurs
communication interne concerne la gestion des messages de la direction à l'égard du personnel sous toutes ses formes.	Orale	- les réunions - le face à face
	Ecrite	- l'affiche - la note de service - l'ordre de mission - le journal de l'entreprise
	Electronique	- l'intranet RH - le site de l'EPB
Intégration est un	Professionnelle	- connaissance de ses tâches

¹Combessie, Jean-Claude. Op cit, p.33

<p>processus par lequel la nouvelle recrue s'adapte aux habitudes et conditions de travail au sein de l'entreprise, en ayant de plus en plus le sentiment d'y appartenir. Cela lui permet de s'impliquer dans le groupe et tisser des relations avec son environnement.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - maîtrise de ses tâches - Maitrise des mesures de sécurité à l'EPB - Maitrise des mesures d'hygiène à l'EPB
	Culturelle	<ul style="list-style-type: none"> - connaissance de la vision de l'EPB - adoption de la vision de l'EPB - connaissance des valeurs de l'EPB - adoption des valeurs de l'EPB - connaissance des principes de gestion de l'EPB - adoption principes de gestion de l'EPB - connaissance de la charte RH de l'EPB - adoption de la charte RH de l'EPB
	Psychologique	<ul style="list-style-type: none"> - Sentiment d'appartenance à l'EPB
	Juridique	<ul style="list-style-type: none"> - Connaissance du règlement intérieur de l'EPB - respect du règlement intérieur de l'EPB - Connaissances des droits - Connaissance des devoirs - connaissance des procédures

8. La technique d'analyse des questionnaires:

Après avoir récupéré les questionnaires, nous avons passé au tri à plat dans lequel on a copié les données collectées sur un support approprié pour faciliter la compilation.

A l'aide du logiciel statistique « SPHINX », on est arrivé à traitement et à analyse, et à réaliser les différents tableaux simples et croisés dont on avait besoin dans l'étude.

9. Les difficultés rencontrées:

- L'indisponibilité des enquêtes.
- La difficulté de trouver un organisme d'accueil.
- Le manque d'études antérieures réalisées en Algérie.

Chapitre IV

Présentation des données et analyse des résultats

1. Le déroulement de l'enquête

Après avoir fait l'exploration, on a fait ressortir les dimensions et indicateur de chaque variable avec lesquels on a construit notre outil de recherche qui est le questionnaire.

On a fait des questionnaires auto-administrés au nombre de (52) sur la totalité de la population d'étude.

La période qui a écoulé pour finir nos questionnaires est de cinq (5) jours.

2. Limite spatiotemporelle de l'enquête

Le lieu : l'étude et la recherche ont été menés au sein de l'entreprise portuaire de Bejaia.

Le temps : L'enquête du terrain s'est effectuée dans la période ayant du 01 Mars 2017 jusqu'à 20 Mai (l'entreprise nous a prolongé la date afin de terminer notre étude).

3. Les caractéristiques de la population d'étude : les tableaux numéro 3, 4,5 permettent de décrire l'échantillon étudié selon l'âge, genre, niveau d'instruction.

Tableau n° 03 : répartition de la population d'étude selon l'âge

Age	fréquence	%
20, 24	3	5,8
25, 29	10	19,2
30, 34	10	19,2
35, 39	14	26,9
40, 44	6	11,5
45, 49	6	11,5
50, 54	2	3,8
55, 59	1	1,9
TOTAL	52	100

Source: enquête.

Ce tableau nous montre que la plupart des salariés de la population ont l'âge entre. [35-39] avec un pourcentage de 26,9% suivi de 19,2% des effectifs qui ont l'âge entre [25-34], 11,5% des effectifs qui ont l'âge entre [40-49], 5,8% des effectifs ont l'âge entre . [20-24], 3,8% des effectifs ont l'âge entre. [50-54], et seulement 1,9 des effectifs ont l'âge entre. [55-59].

Figure n° 01 : répartition de la population d'étude selon l'âge

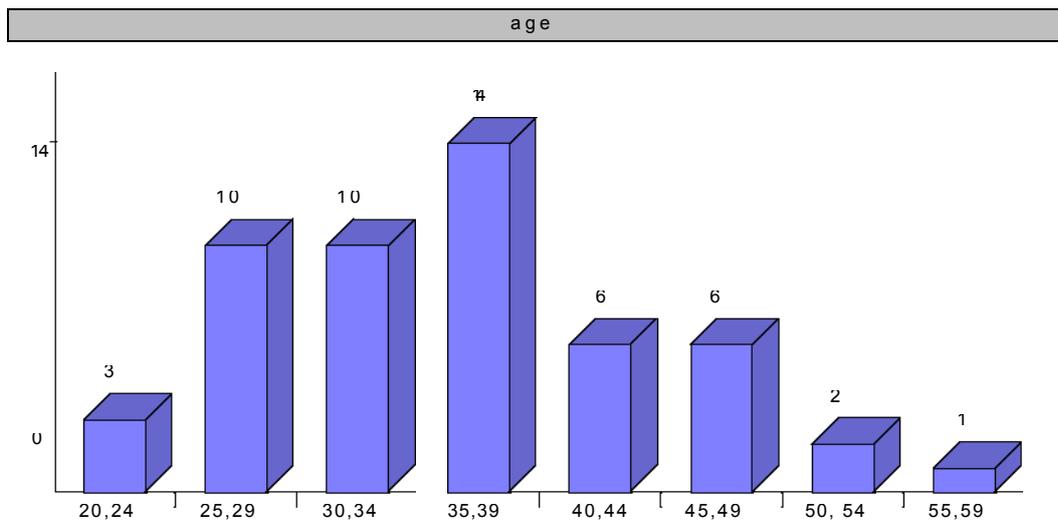


Tableau n° 04 : répartition de la population d'étude selon le genre

Genre	Fréquence	%
Masculin	31	59,6
Féminin	21	40,4
Total	52	100

Source enquête.

D'après le tableau ci-dessus on n'observe que l'échantillon étudié et répartie selon le sexe comme suit 59,6% que celui de genre féminin avec un pourcentage de 40,4%.

Figure n° 02 : répartition de la population d'étude selon le genre

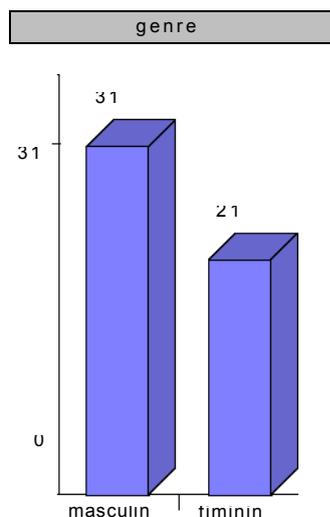


Tableau n° 05 : répartition de la population d'étude selon le niveau d'instruction

Niveau d'instruction	Fréquence	%
Secondaire	23	44,2
Universitaire	29	55,8
Total	52	100

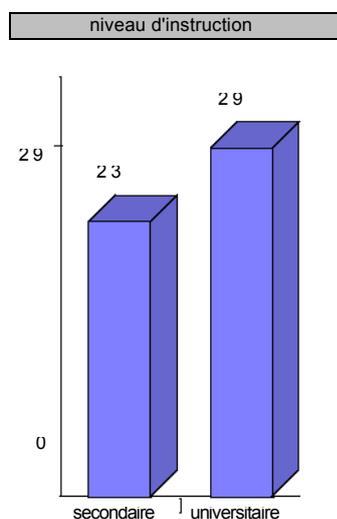
Source enquête.

On déduit d'après le tableau ci-dessus que le taux des universitaires est de 55,8% contre 44,2% des salariés qui ont un niveau secondaire.

Il a été constaté pendant l'étude qu'aucun des salariés étudiés n'avait un niveau d'instruction primaire ou moyenne.

On peut expliquer cette situation par la nature du travail administratif de l'échantillon étudié.

Figure n° 03 : répartitions de la population d'étude selon le niveau d'instruction



4. Impact de la communication interne sur l'intégration professionnelle:

Les tableaux de 6 jusqu'à 11 visent à mesurer l'impact de la communication interne sur l'intégration professionnelle.

Tableau n° 06 : les moyens contribuant à la connaissance des tâches

Moyens de communication interne	Fréquence	%
Les réunions	22	25,28
Le face à face	35	40,22
L'affichage	10	11,49
La note de service	7	8,04
L'ordre de mission	1	1,14
Le journal de l'entreprise	1	1,14
La fiche de poste	11	12,64
TOTAL	87	100

Source: enquête.

Ce tableau illustre la répartition des moyens qui ont contribué à la connaissance des tâches par les salariés de l'EPB, donc on déduit que le taux plus élevé de l'effectif préfère les moyens oraux 65,5% suivit des moyens écrits 34,45%.

Figure n° 04 : les moyens qui ont contribué à la connaissance des tâches

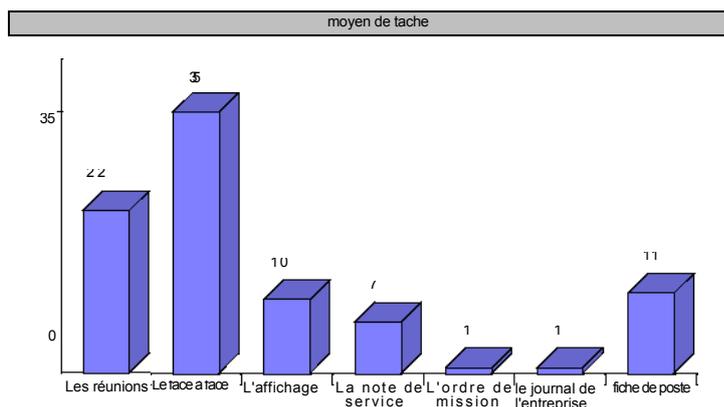


Tableau n° 07 : les moyens contribuant à la maitrise des tâches

Moyens de communication interne	Fréquence	%
Les réunions	23	26,13
Le face à face	29	32,95
L'affichage	14	15,90
La note de service	10	11,36
L'ordre de mission	6	6,81
Le journal de l'entreprise	4	4,54
L'intranet RH	2	2,27
TOTAL	88	100

Source : enquête

Ce tableau illustre la répartition des moyens qui ont aidé à la maitrise des tâches des salariés selon l'effectif enquêtés de l'EPB.

On constate que le taux plus élevé de l'effectif préfère les moyens oraux 59,08%, le taux le plus faible ce sont les moyens électroniques 2,27%

Figure n° 05 : les moyens contribuant à la maîtrise des tâches

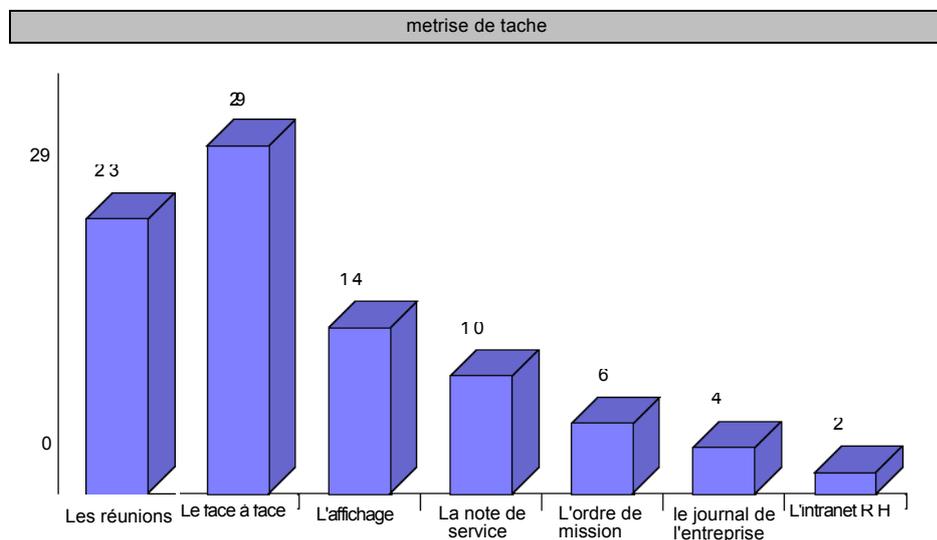


Tableau n° 08 : les moyens qui ont aidé pour apprendre les mesures de sécurité de l'EPB

Moyens de communication interne	Fréquence	%
Les réunions	13	11,2
Le face à face	20	17,24
L'affichage	34	29,31
La note de service	19	16,37
L'ordre de mission	6	5,17
Le journal de l'entreprise	10	8,62
L'intranet RH	8	6,89
Le site de l'EPB	6	5,17
TOTAL	116	100

Source : enquête.

Dans le tableau ci-dessus, On déduit que le taux plus élevé des effectifs préfère les moyens écrits pour apprendre les mesures de sécurité de l'EPB 59,47% suivi des moyens oraux 28,44 % et en dernier lieu les moyens électroniques 12,06% .

Figure n° 06 : les moyens qui ont aidé pour apprendre les mesures de sécurité l'EPB

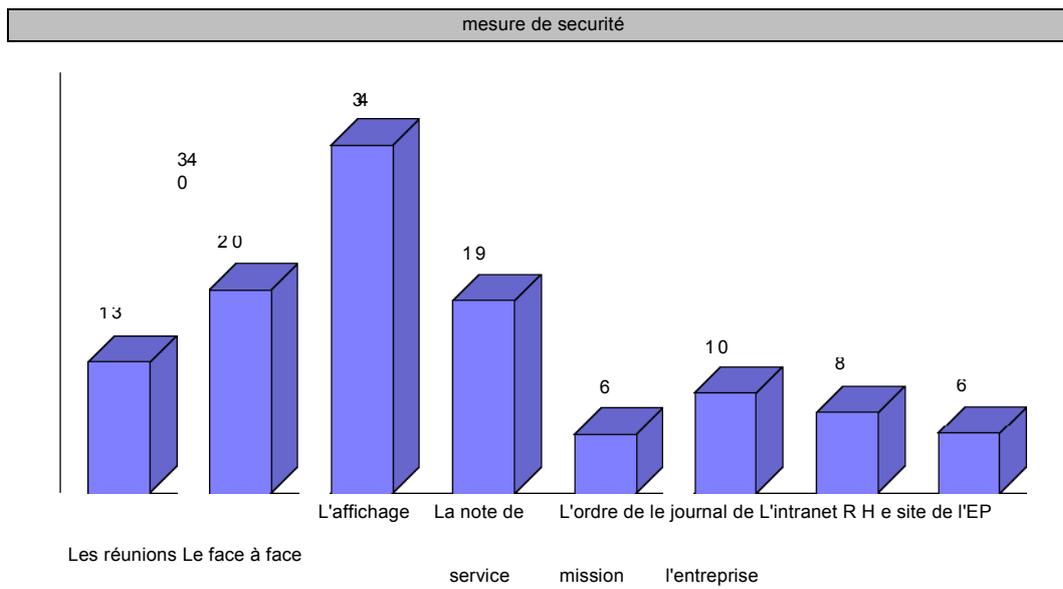


Tableau n° 09 : les moyens contribuant au respect des mesures de sécurité de l'EPB

Moyens de communication interne	Fréquence	%
Les réunions	22	19,46
Le face à face	21	18,58
L'affichage	27	23,89
La note de service	25	22,12
L'ordre de mission	10	8,84
Le journal de l'entreprise	5	4,42
L'intranet RH	1	0,88
Le site de l'EPB	2	1,76
TOTAL	113	100

Source: enquête.

D'après ce tableau on constate que le taux le plus élevé des effectifs préfère les moyens écrits pour respecter les mesures de sécurité de l'EPB 59,27% suivi des moyens oraux 38,04% et en dernier lieu les moyens électroniques 2,64%.

Figure n° 07 : les moyens contribuant au respect des mesures de sécurité de l'EPB

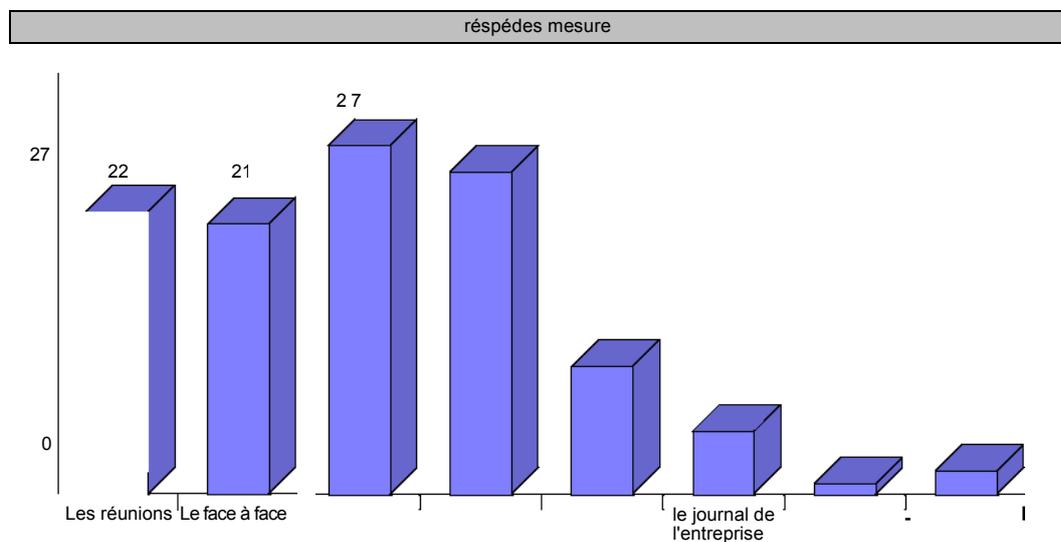


Tableau n° 10 : les moyens qui ont aidé pour apprendre les mesures d'hygiène de l'EPB

Moyens de communication interne	Fréquence	%
Les réunions	11	11,11
Le face à face	17	17,17
L'affichage	30	30,30
La note de service	17	17,17
L'ordre de mission	6	6,06
Le journal de l'entreprise	10	10,10
L'intranet RH	4	4,04
Le site de l'EPB	3	3,03
La fiche de poste	1	1,01
TOTAL	99	100

Source : enquête.

D'après ce, on constate que le plus taux le plus élevé des moyens qui ont aidé à apprendre les mesures d'hygiène des salarié ce sont les moyens écrits 58,64%, le taux le plus faible ce sont les moyens électroniques 7,07%.

Figure n° 08 : les moyens qui ont aidé pour apprendre les mesures d'hygiène de l'EPB

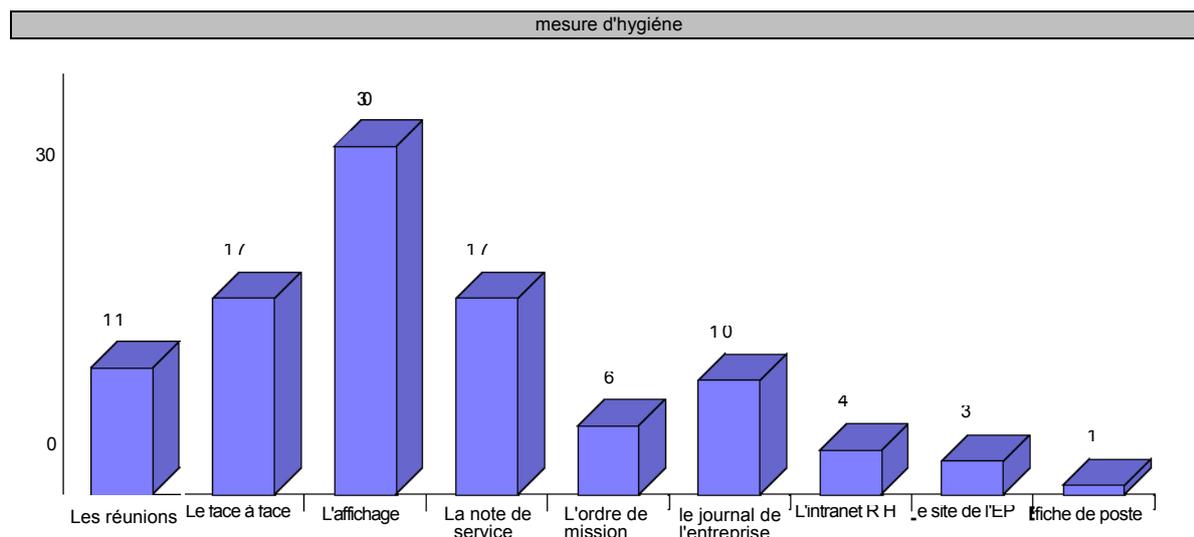


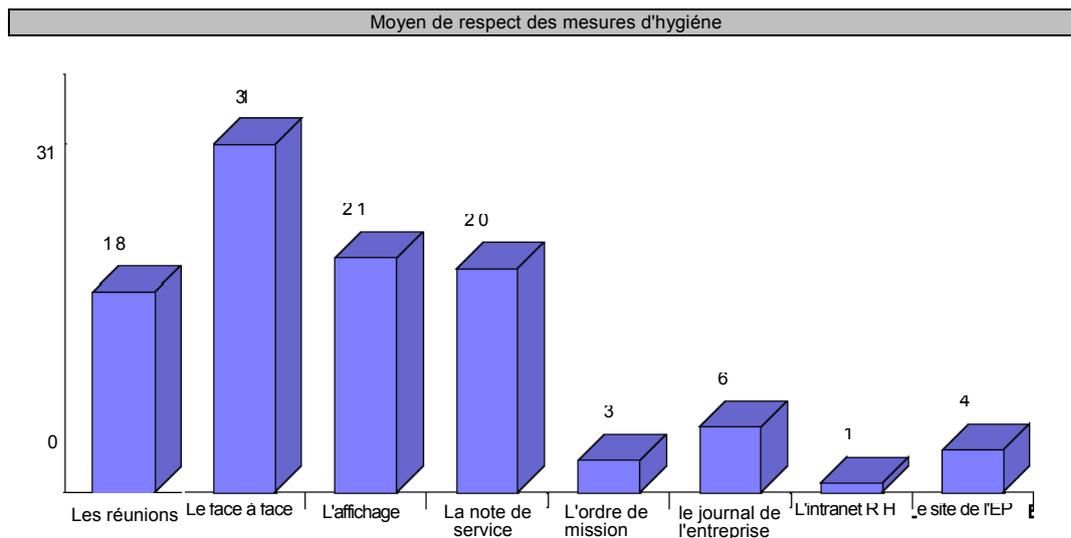
Tableau n° 11 : les moyens contribuant au respect des mesures d'hygiène de l'EPB

Moyens de communication interne	Fréquence	%
Les réunions	18	17,30
Le face à face	31	29,80
L'affichage	21	20,19
La note de service	20	19,23
L'ordre de mission	3	2,88
Le journal de l'entreprise	6	5,76
L'intranet RH	1	0,96
Le site de l'EPB	4	3,84
TOTAL	104	100

Source: enquête.

Ce tableau souligne que le taux le plus élevé des moyens qui ont contribué au respect des mesures d'hygiène est le moyen écrit 48,06%, le taux le plus faible ce sont les moyens électroniques 4,8%.

Figure n° 09 : les moyens qui ont contribué au respect des mesures d'hygiène de l'EPB



5. L'impact de la communication interne sur l'intégration culturelle:

Les tableaux du 12 jusqu'à 19 visent à mesurer l'impact de la communication interne sur l'intégration culturelle.

Tableau n° 12 : les moyens contribuant à la connaissance de la vision de l'EPB

Les moyens de communication interne	Fréquences	%
Les réunions	21	20,38
Le face à face	21	20,38
L'affichage	18	17,47
La note de service	12	11,65
L'ordre de mission	5	4,85
le journal de l'entreprise	13	12,62
L'intranet R H	3	2,91
Le site de l'EPB	10	9,70
TOTAL	103	100

Source : enquête

Ce tableau souligne que le taux le plus élevé des moyens qui ont contribué à la connaissance de la vision de l'EPB est celui des moyens écrits 46,59%. Le taux le plus faible est celui des moyens électroniques 12,61 %.

Figure n° 10 : les moyens contribuant à la connaissance de la vision de l'EPB

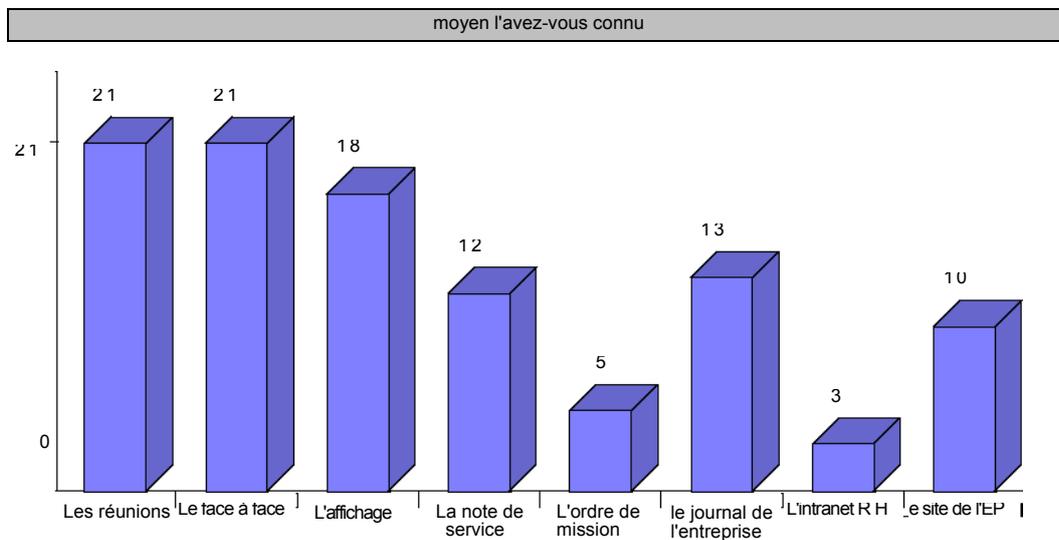


Tableau n° 13 : les moyens contribuant à l'adoption de la vision de l'EPB

Les moyens de communication interne	Fréquences	%
Les réunions	20	21,73
Le face à face	19	20,65
L'affichage	17	18,47
La note de service	16	17,39
L'ordre de mission	2	2,17
le journal de l'entreprise	7	7,60
L'intranet R H	4	4,34
Le site de l'EPB	7	7,60
TOTAL	92	100

Source: enquête

Nous déduisons dans ce tableau ci-dessus que le taux le plus élevé des moyens contribuant à l'adoption de la vision de l'EPB est celui des moyens écrits 45,63%. Le taux le plus faible est celui des moyens électroniques 11,94%

Figure n° 11 : les moyens contribuant à l'adoption de la vision de l'EPB

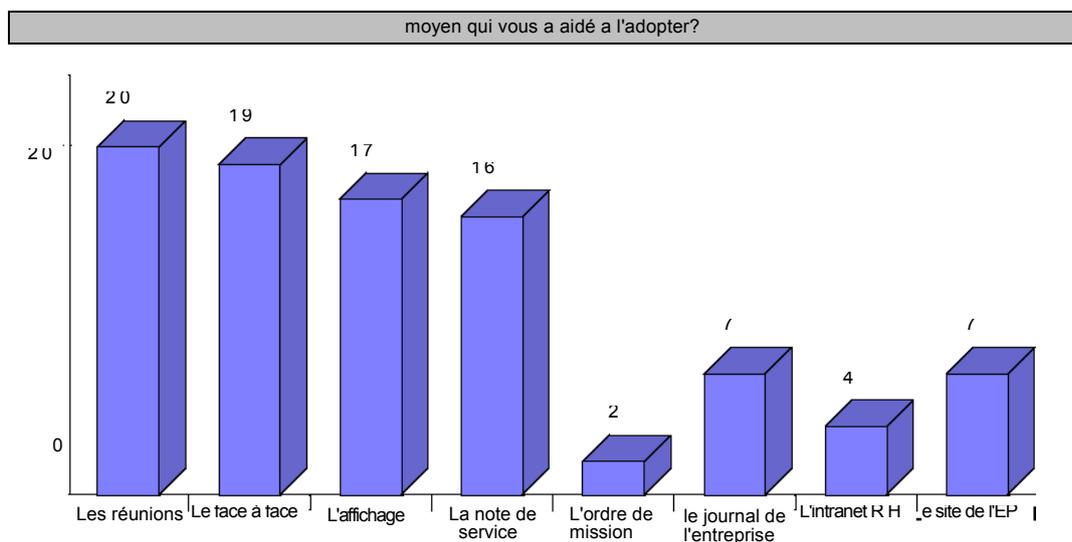


Tableau n° 14 : les moyens contribuant à la connaissance des valeurs de l'EPB

Les moyens de communication interne	Fréquences	%
Les réunions	23	19,32
Le face à face	21	17,64
L'affichage	24	20,26
La note de service	21	17,64
L'ordre de mission	1	0,84
le journal de l'entreprise	15	12,60
L'intranet R H	4	3,36
Le site de l'EPB	10	8,40
TOTAL	119	100

Source : enquête

D'après ce tableau ci-dessus nous constatons que le taux le plus élevé des moyens contribuant à la connaissance des valeurs de l'EPB est celui des moyens écrit. En revanche le taux le plus faible est celui des moyens électroniques.

Figure n° 12 : les moyens contribuant à la connaissance des valeurs de l'EPB

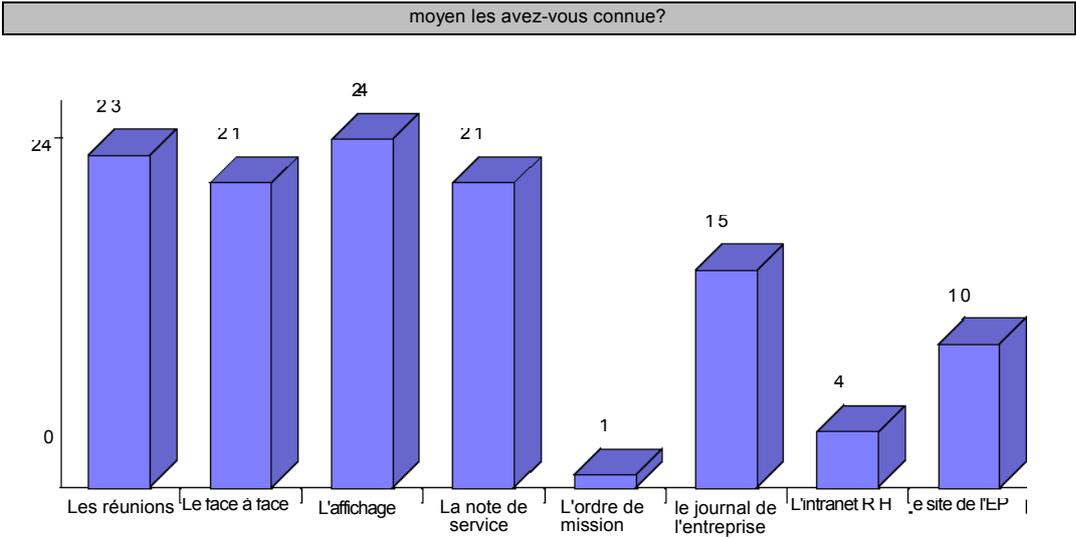


Tableau n° 15 : les moyens contribuant à l'adoption des valeurs de l'EPB

Les moyens de communication interne	Fréquences	%
Les réunions	25	22,12
Le face à face	25	22,12
L'affichage	18	15,92
La note de service	17	15,04
L'ordre de mission	8	7,07
le journal de l'entreprise	11	9,73
L'intranet R H	5	4,42
Le site de l'EPB	4	3,53
TOTAL	113	100

Source: enquête

Dans ce tableau ci-dessus nous observons que le taux le plus élevé des moyens contribuant est celui des moyens écrits avec un taux de 47,76%. Le taux le plus faible est celui des moyens électroniques avec un taux de 7,95%

Figure n°13 : les moyens contribuant à l'adoption des valeurs de l'EPB

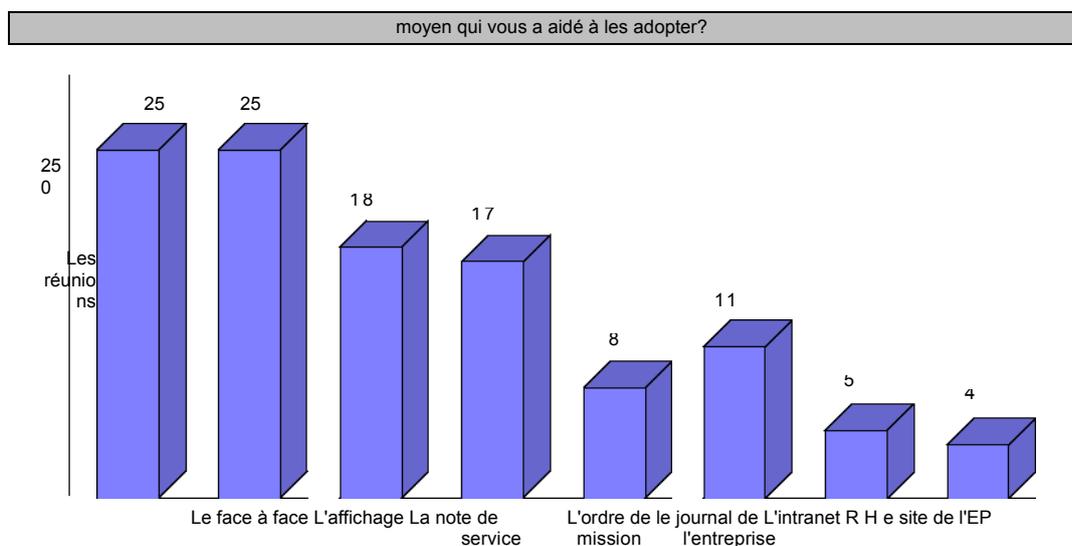


Tableau n° 16 : Les moyens contribuant à la connaissance des principes de gestion de l'EPB

Les moyens de communication interne	Fréquences	%
Les réunions	20	20,61
Le face à face	16	16,49
L'affichage	16	16,49
La note de service	14	14,43
L'ordre de mission	4	4,12
le journal de l'entreprise	9	9,27
L'intranet R H	8	8,24
Le site de l'EPB	6	6,18
TOTAL	97	100

Source: enquête

Le tableau ci-dessus nous montre que le taux le plus élevé des moyens contribuant à la connaissance des principes de gestion de l'EPB est celui des moyens écrits avec un taux de 44,31%. Le taux le plus faible est celui des moyens électroniques avec un taux de 14,42%.

Figure n° 14 : Les moyens contribuant à la connaissance des principes de gestion de l'EPB

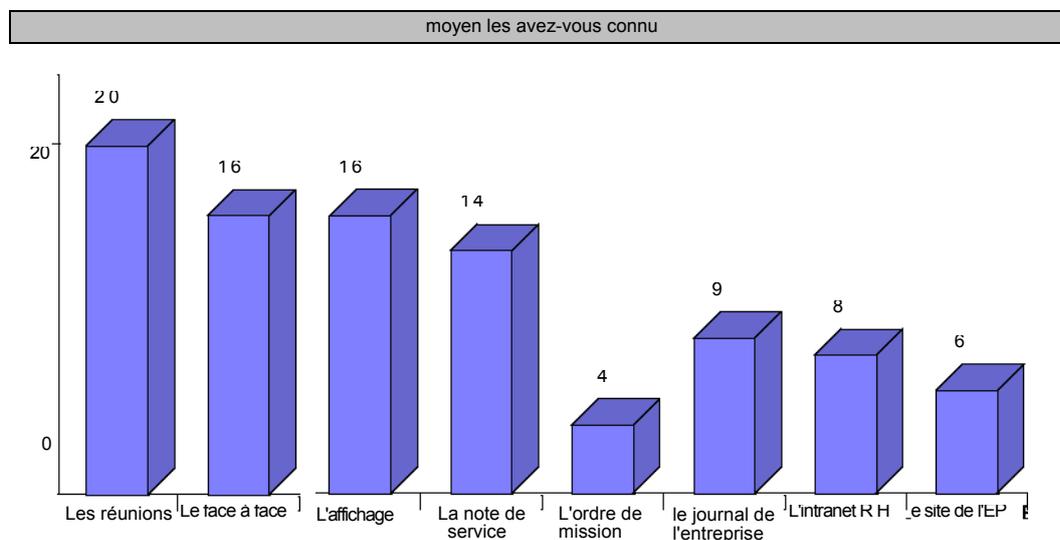


Tableau n° 17 : les moyens contribuant à l'adoption des principes de gestion de l'EPB

Les moyens de communication interne	Fréquences	%
Les réunions	19	22,61
Le face à face	16	19,04
L'affichage	19	22,61
La note de service	13	15,47
L'ordre de mission	4	4,76
le journal de l'entreprise	4	4,76
L'intranet R H	4	4,76
Le site de l'EPB	4	4,76
fiche de poste	1	1,19
TOTAL	84	100

Source: enquête

Nous déduisons dans ce tableau ci-dessus que le taux le plus élevé des moyens contribuant à l'adoption des principes de gestion de l'EPB est celui des moyens écrits avec un taux de 48,79%. Le taux le plus faible est celui des moyens électroniques avec un taux de 9,52%

Figure n° 15 : les moyens contribuant à l'adoption des principes de gestion de l'EPB

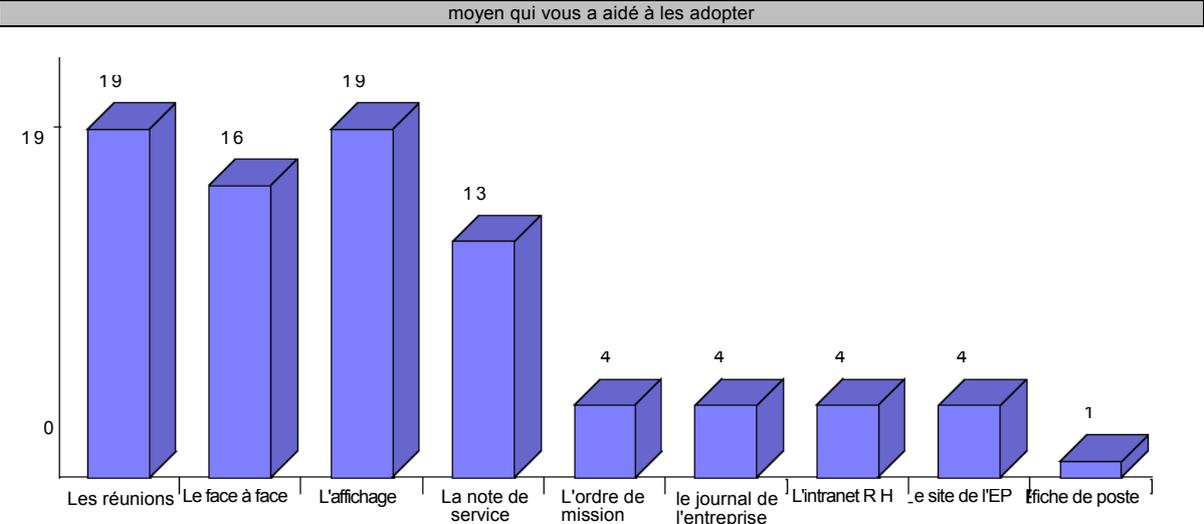


Tableau n° 18 : Les moyens contribuant à la connaissance de la charte RH de l'EPB

Les moyens de communication interne	Fréquences	%
Les réunions	17	17,34
Le face à face	20	20,40
L'affichage	11	11,22
La note de service	10	10,20
L'ordre de mission	7	7,14
le journal de l'entreprise	6	6,12
L'intranet R H	20	20,40
Le site de l'EPB	7	7,14
TOTAL	98	100

Source: enquête

Dans ce tableau ci-dessus nous constatons que le taux le plus élevé des moyens contribuant à la connaissance de la charte RH de l'EPB est celui des moyens oraux avec un taux de 37,74% .Le taux le plus faible est celui des moyens avec un taux de 27,54%

Figure n°16 : Les moyens contribuant à la connaissance de la charte RH de l'EPB

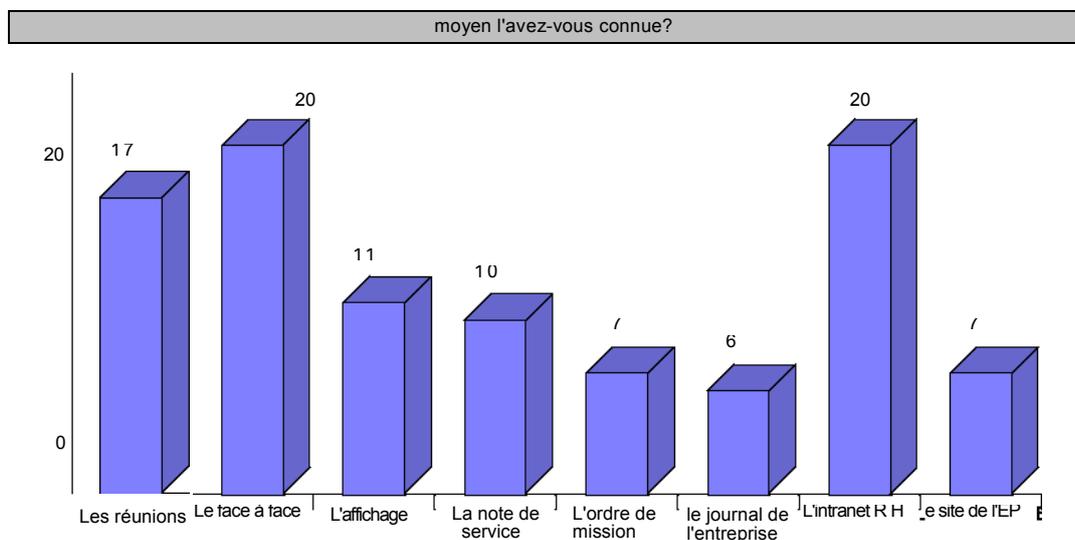


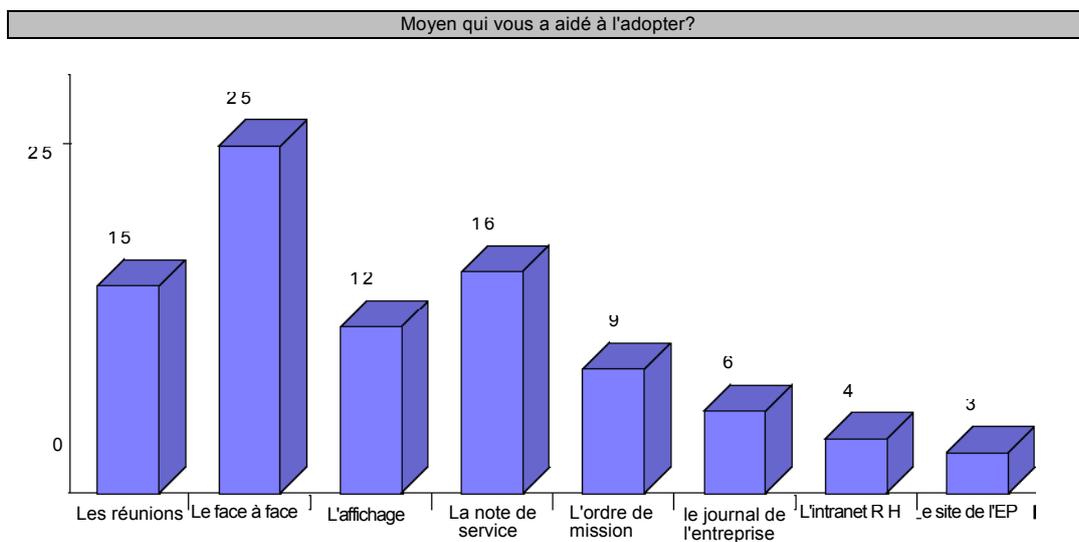
Tableau n°19 : les moyens contribuant à l'adoption de la charte RH de l'EPB

Les moyens de communication interne	Fréquences	%
Les réunions	15	16,66
Le face à face	25	27,77
L'affichage	12	13,33
La note de service	16	17,77
L'ordre de mission	9	10
le journal de l'entreprise	6	6,66
L'intranet R H	4	4,44
Le site de l'EPB	3	3,33
TOTAL	90	100

Source: enquête

Nous avons pu observer dans ce tableau ci-dessus que le taux le plus élevé des moyens contribuant à l'adoption de la charte RH de l'EPB est celui des moyens écrits avec un taux de 47,76%. Le taux le plus faible des moyens électroniques est celui des moyens électroniques 7,77%.

Figure n° 17 : les moyens contribuant à l'adoption de la charte RH de l'EPB



6. L'impact de la communication interne sur l'intégration psychologique:
 le tableau n°20 vise à mesurer l'impact de la communication interne sur l'intégration psychologique

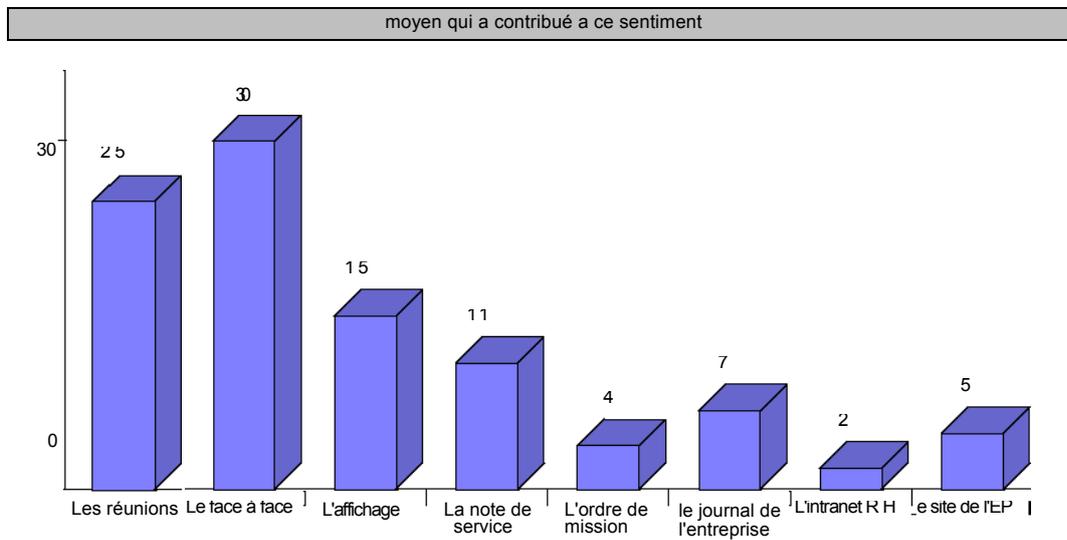
Tableau n° 20 : les moyens contribuant à avoir un sentiment d'appartenance à l'EPB

Les moyens de communication interne	Fréquences	%
Les réunions	25	25,25
Le face à face	30	30,30
L'affichage	15	15,15
La note de service	11	11,11
L'ordre de mission	4	4,04
le journal de l'entreprise	7	7,07
L'intranet R H	2	2,02
Le site de l'EPB	5	5,05
TOTAL	99	100

Source: enquête

Nous observons dans ce tableau ci-dessus que le taux le plus élevé des moyens contribuant à la connaissance du sentiment d'appartenance est celui des moyens oraux avec un taux de 55,55%. Le taux le plus faible est celui des moyens électroniques avec un taux de 7,07%

Figure n°18 : les moyens contribuant à avoir un sentiment d'appartenance à l'EPB



7. L'impact de la communication interne sur l'intégration juridique:

Les tableaux du n°21 au 25 visent à mesurer l'impact de la communication interne sur l'intégration juridique.

Tableau n° 21 : les moyens contribuant à la connaissance du règlement intérieur de l'EPB

Les moyens de la communication interne	fréquence	%
Les réunions	15	13,76
Le face à face	24	22,01
L'affichage	27	24,77
La note de service	14	12,84
L'ordre de mission	5	4,58
le journal de l'entreprise	9	8,25
L'intranet R H	5	4,58
Le site de l'EPB	9	8,25
fiche de poste	1	0,91
TOTAL	109	100

Source: enquête

Dans ce tableau ci-dessus nous observons que le taux le plus élevé est celui des moyens écrits 51,35%. Le taux le plus faible est celui des moyens électroniques avec un taux de 12,83%

Figure n° 19 : les moyens contribuant à la connaissance du règlement intérieur de l'EPB

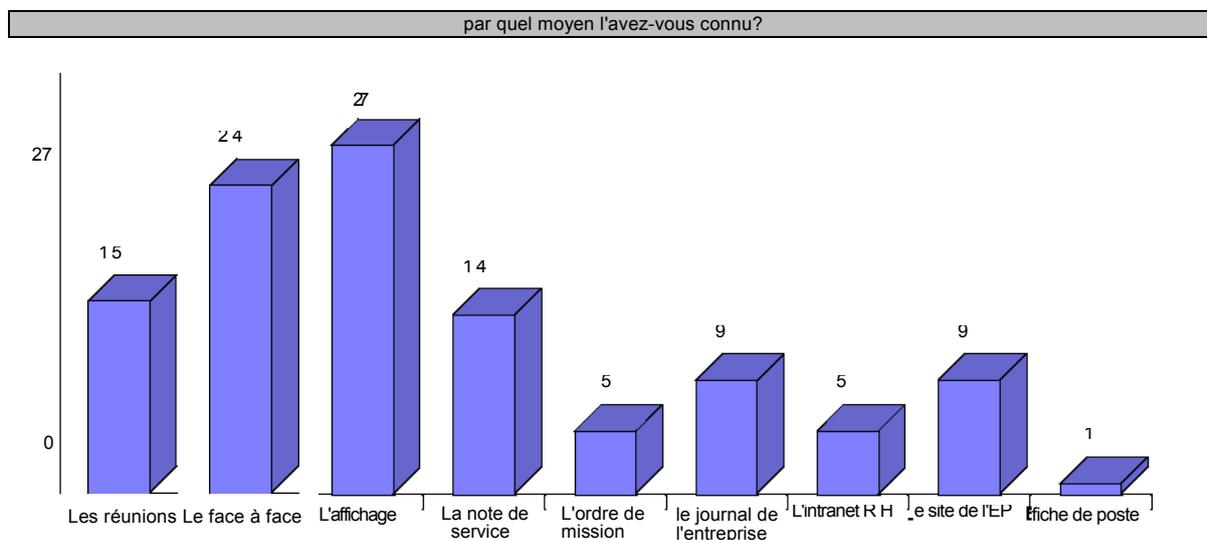


Tableau n° 22 : les moyens qui ont aidé pour apprendre à respecter le règlement intérieur de l'EPB

Les moyens de communication interne	Fréquence	%
Les réunions	22	22,44
Le face à face	29	29,59
L'affichage	13	13,26
La note de service	15	15,30
L'ordre de mission	7	7,14
le journal de l'entreprise	4	4,8
L'intranet R H	4	4,8
Le site de l'EPB	3	3,06
fiche de poste	1	1,02
TOTAL	98	100

Source : enquête

Nous constatons dans ce tableau ci-dessus que le taux le plus élevé des moyens qui ont aidé à respecter le règlement intérieur de l'EPB est celui des moyens oraux avec un taux de 52,03%. Le taux le plus faible est celui des moyens électroniques avec un taux de 7,86%

Figure n° 20 : les moyens qui ont aidé pour apprendre à respecter le règlement intérieur de l'EPB

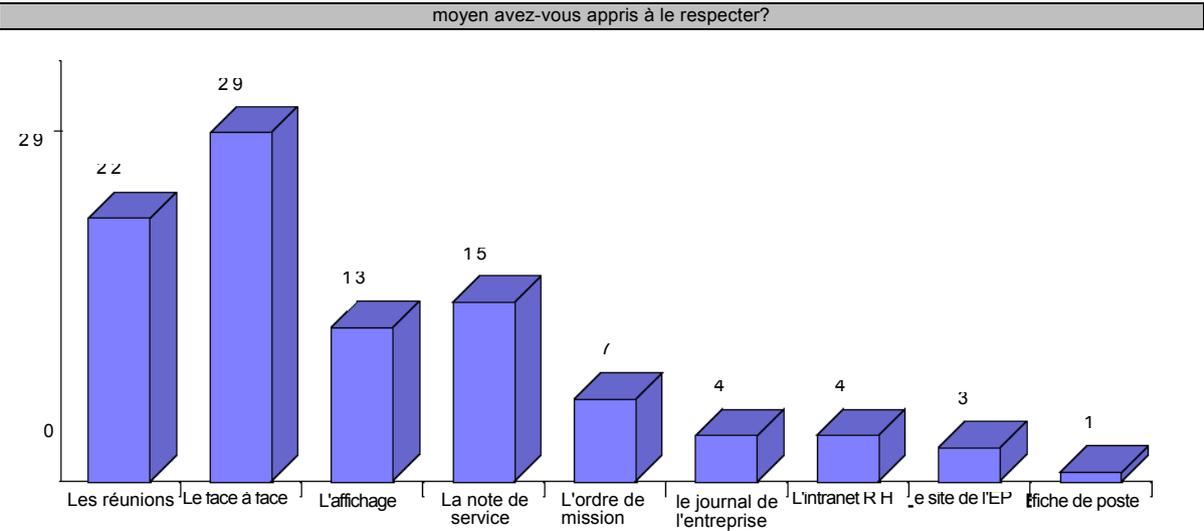


Tableau n° 23 : les moyens contribuant à la connaissance des droits a l'EPB

Les moyens de communication interne	fréquence	%
Les réunions	14	13,08
Le face à face	24	22,42
L'affichage	21	19,62
La note de service	13	12,14
L'ordre de mission	5	4,67
le journal de l'entreprise	5	4,67
L'intranet R H	6	5,60
Le site de l'EPB	9	8,41
fiche de poste	10	9,34
TOTAL	107	100

Source : enquête

D'après ce tableau ci-dessus nous déduisons que le taux le plus élevé des moyens contribuant a la connaissance des droits de l'EPB est celui des moyens écrits avec un taux de 50,44%. Le taux le plus faible est celui des moyens électroniques avec un taux de 14,01%

Figure n°21 : les moyens contribuant à la connaissance des droits à l'EPB

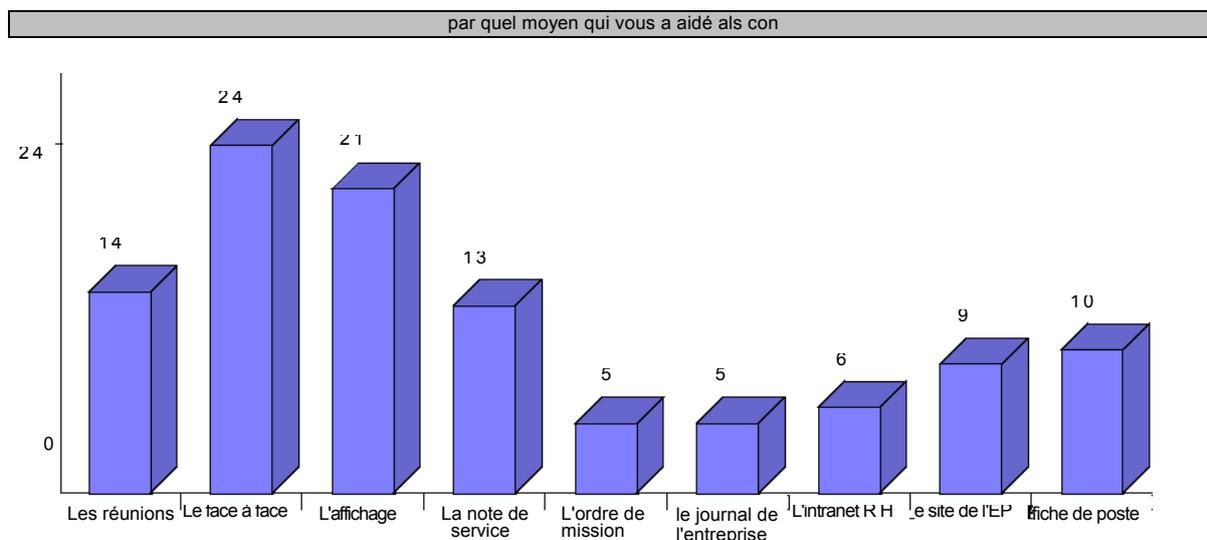


Tableau n° 24 : les moyens contribuant à la connaissance des devoirs à l'EPB

Les moyens de communication interne	Fréquence	%
Les réunions	15	13,27
Le face à face	18	15,92
L'affichage	18	15,92
La note de service	19	16,81
L'ordre de mission	7	6,19
le journal de l'entreprise	7	6,19
L'intranet R H	5	4,42
Le site de l'EPB	7	6,19
fiche de poste	14	12,38
TOTAL	113	100

Source: enquête

Nous observons dans ce tableau ci-dessus que le taux le plus élevé des moyens contribuant à la connaissance des devoirs à l'EPB est celui des moyens écrits avec un taux de 55,72%. Le taux le plus faible est celui des moyens électroniques avec un taux de 10,61%

Figure n° 22 : les moyens contribuant à la connaissance des devoirs à l'EPB

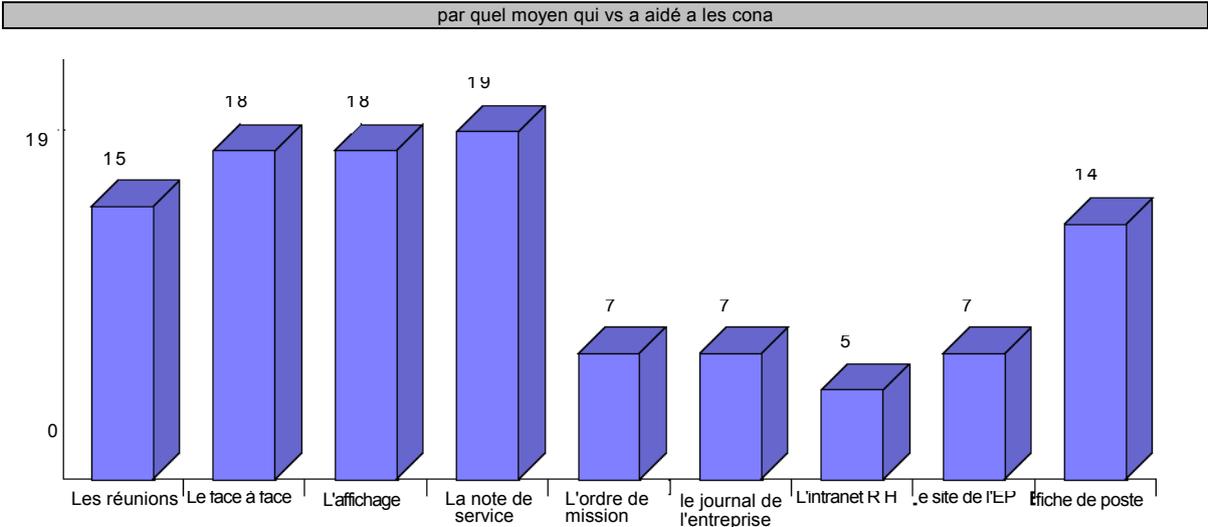


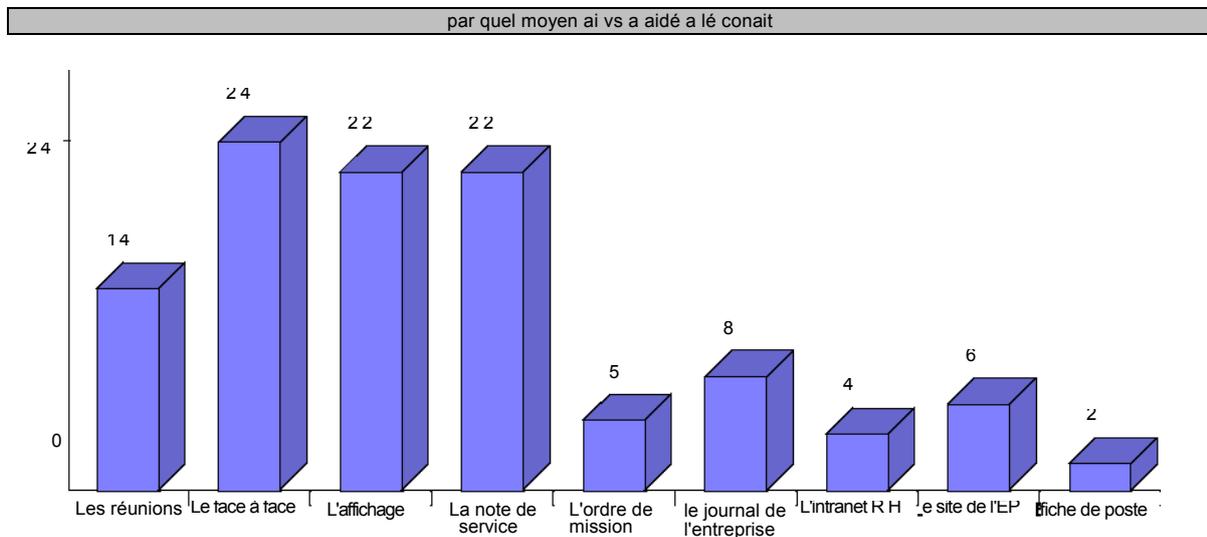
Tableau n° 25 : les moyens contribuant à la connaissance des procédures administratives de l'EPB

Les moyens de communication interne	fréquence.	%
Les réunions	14	13,08
Le face à face	24	22,42
L'affichage	22	20,56
La note de service	22	20,56
L'ordre de mission	5	4,67
le journal de l'entreprise	8	7,47
L'intranet R H	4	3,73
Le site de l'EPB	6	5,60
fiche de poste	2	1,86
TOTAL	107	100

Source: enquête

Nous déduisons dans ce tableau ci-dessus que le taux le plus élevé des moyens contribuant à la connaissance des procédures administratives de l'EPB est celui des moyens écrits avec un taux de 55,12%. Le taux le plus faible est celui des moyens électroniques avec un taux de 9,33%

Figure n° 23 : les moyens contribuant à la connaissance des procédures administratives de l'EPB



8. Croisement des variables niveau d'instruction et l'intégration culturelle:

Dans les tableaux suivants, outre les moyens de communication interne et l'intégration des salariés, nous avons introduit le niveau d'instruction comme troisième variable pour voir si la différences du niveau d'instruction engendre les différences dans la préférence pour un moyen de communication interne contribuant a l'intégration culturelle.

Pour vérifier cette hypothèse, nous avons utilisé le test chi2 calculé selon la formule suivante : $X^2 = \sum (f_o - f_e)^2 / f_e$

Le ddl est calculé en multipliant le nombre de lignes moins 1 fois le nombre de colonnes moins.

Le chi2 théorique représente le point de rencontre entre le ddl de chaque et la probabilité de fiabilité égale à 0,05.

Tableau n° 26 : rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens de communication contribuant à la connaissance de la vision de l’entreprise portuaire Bejaia

Les moyens de communication interne	secondaire	universitaire	TOTAL
Les réunions	7	14	21
Le face à face	11	10	21
L'affichage	4	14	18
La note de service	3	9	12
L'ordre de mission	1	4	5
le journal de l'entreprise	5	8	13
L'intranet R H	1	2	3
Le site de l'EPB	5	5	10
TOTAL	37	66	103

Source: enquête

Nous percevons d’après ce tableau que la plupart des salariés de l’échantillon étudié qui ont un niveau d’instruction secondaire préfèrent les moyens oraux pour connaître la vision de l’EPB (répété 18 fois), les moyens les moins répété ce sont les moyens électroniques (répété 6 fois).

En revanche la plupart des salariés qui ont un niveau d’instruction universitaire préfère les moyens écrits pour connaître la vision de l’EPB (répété 35 fois). Les moyens les moins répété ce sont les moyens électroniques (répété 7 fois).

ddl= 7, probabilité de fiabilité =0,05, Chi2 théorique = 14,05, chi2 calculé = 6,06

Chi2 théorique est supérieur au chi2 calculé. Donc la dépendance n'est pas significative. C'est à dire les différences constatées dans les réponses des salariés universitaires et les salariés secondaires concernant la préférence des moyens de communication contribuant à la connaissance de la vision de l'entreprise portuaire de Bejaia sont dus au hasard.

Figure n° 24 : rapport entre le niveau d'instruction et la préférence des moyens de communication contribuant a la connaissance de la vision de l'entreprise portuaire Bejaia

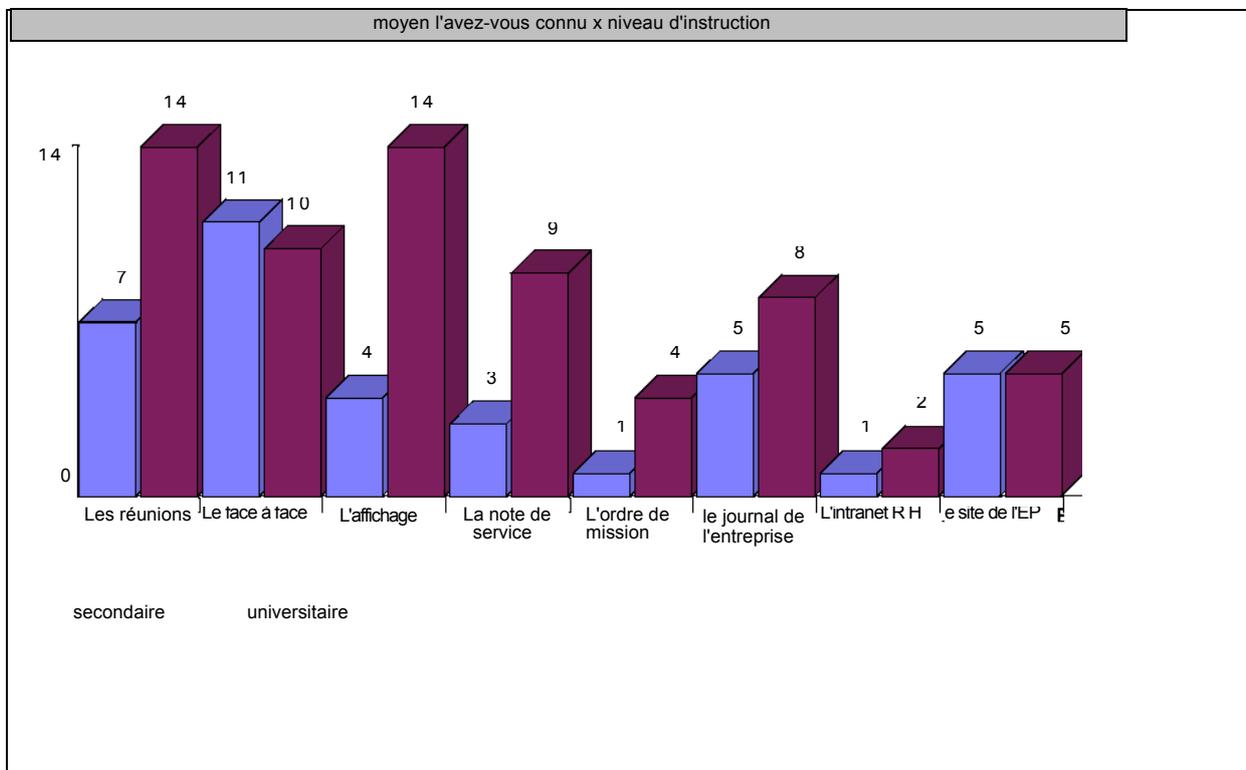


Tableau n° 27 : rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens de communication interne contribuant à l’adoption de la vision de l’entreprise portuaire de Bejaia

Les moyens de communication interne	secondaire	universitaire	TOTAL
Les réunions	8	12	20
Le face à face	8	11	19
L'affichage	4	13	17
La note de service	5	11	16
L'ordre de mission	0	2	2
le journal de l'entreprise	2	5	7
L'intranet R H	2	2	4
Le site de l'EPB	2	5	7
TOTAL	31	61	92

Source : enquête

Comme ce tableau l’illustre la plupart des salariés qui ont un niveau d’instruction secondaire affirment que les moyens oraux ont aidé à adopter la vision de l’EPB (répété 16 fois) .Les moyens les moins répété ce sont les moyens électroniques.

Par contre la plupart des salariés qui ont un niveau d’instruction universitaire trouvent que les moyens écrits qui ont aidé à adopter la vision de l’EPB (répété 29 fois). Les moyens les moins répété ce sont les moyens électroniques (répété 7 fois).

ddl= 7, probabilité de fiabilité = 0,05, Chi2 théorique = 14,05, chi2 calculé = 3,2

Chi2 théorique est supérieur au chi2 calculé. Donc la dépendance n’est pas significative. C’est à dire les différences constatées dans les réponses des

salariés universitaires et les salariés secondaires concernant la préférence des moyens de communication contribuant à l'adoption de la vision de l'entreprise portuaire de Bejaia sont dus au hasard.

Figure n° 25 : rapport entre le niveau d'instruction et la préférence des moyens de communication interne contribuant à l'adoption de la vision de l'entreprise portuaire de Bejaia

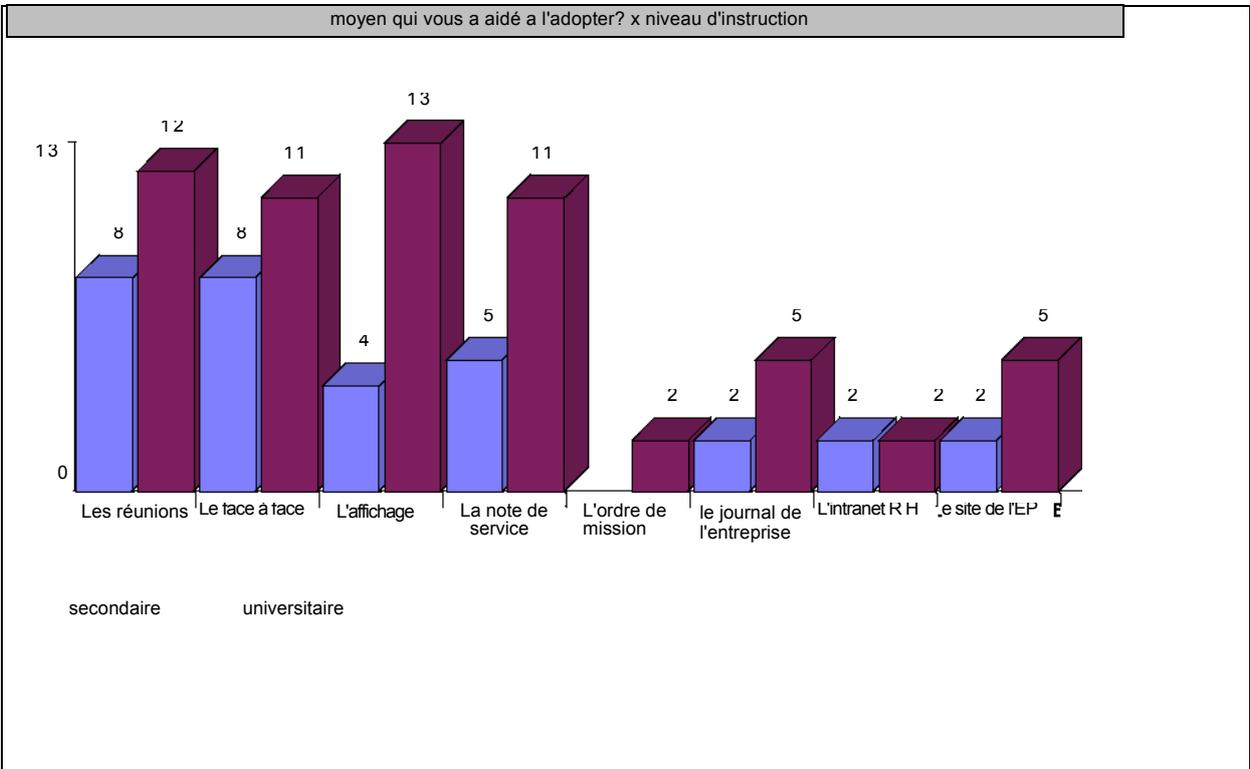


Tableau n° 28 : rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens de communication interne contribuant à la connaissance des valeurs de l’entreprise portuaire de Bejaia

Les moyens de communication interne	secondaire	universitaire	TOTAL
Les réunions	7	16	23
Le face à face	11	10	21
L'affichage	9	15	24
La note de service	8	13	21
L'ordre de mission	0	1	1
le journal de l'entreprise	6	9	15
L'intranet R H	1	3	4
Le site de l'EPB	4	6	10
TOTAL	46	73	119

Source: enquête

A travers ce tableau, nous voulons connaître les moyens qui ont contribué à la connaissance des valeurs de l’EPB.

Selon le on relève que la plupart des salariés qui ont un niveau d’instruction secondaire préfèrent les moyens écrits pour connaître les valeurs de l’EPB (répété 23 fois). Les moyens les moins répétés ce sont les moyens électroniques (répété 5 fois).

Pour la plupart des salariés qui ont un niveau d’instruction universitaire préfèrent les moyens écrits pour connaître les valeurs de l’EPB (répété 30 fois). Les moyens les moins répétés ce sont les moyens électroniques (répété 9 fois)

ddl= 7, probabilité de fiabilité = 0,05, Chi2 théorique = 14,05, chi2 calculé = 2,57

Chi2 théorique est supérieur au chi2 calculé. Donc la dépendance n'est pas significative. C'est à dire les différences constatées dans les réponses des salariés universitaires et les salariés secondaires concernant la préférence des moyens de communication contribuant à la connaissance des valeurs de l'entreprise portuaire de Bejaia sont dus au hasard.

Figure n° 26 : rapport entre le niveau d'instruction et la préférence des moyens contribuant à la connaissance des valeurs de l'entreprise portuaire de Bejaia

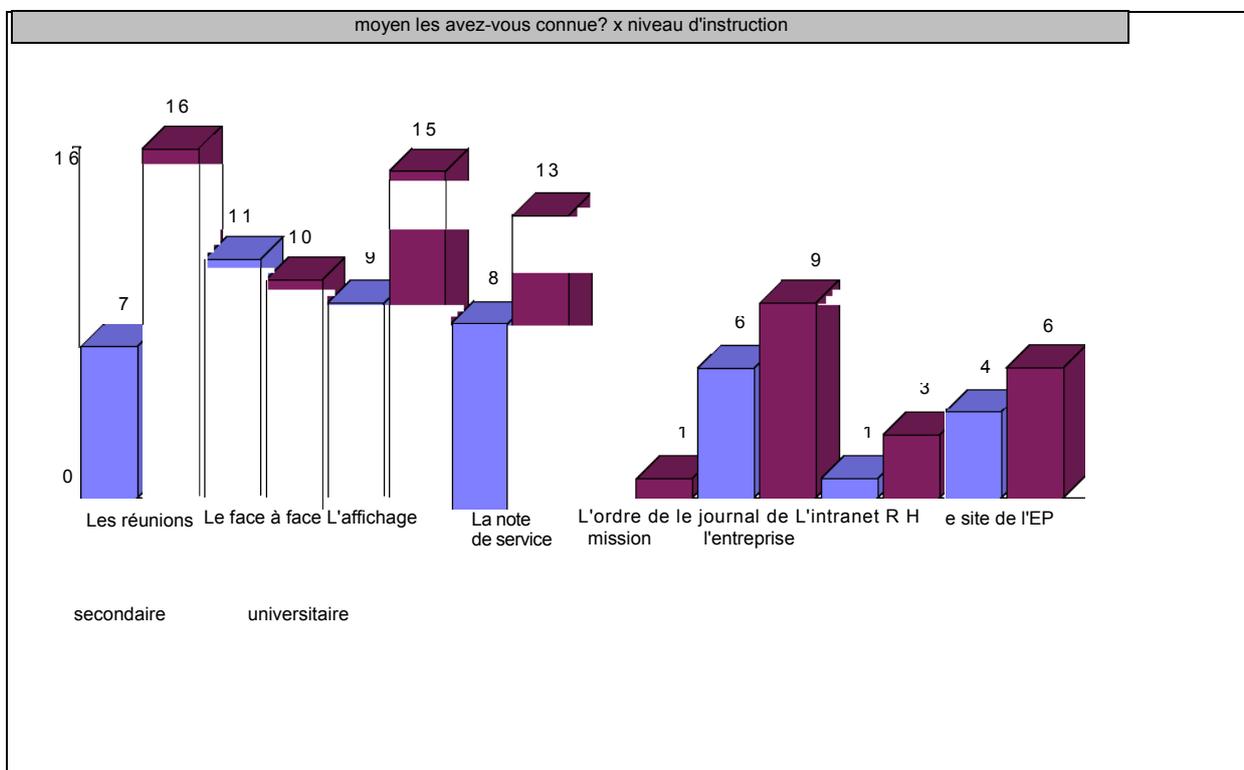


Tableau n° 29 : rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens de communication interne contribuant à l’adoption des valeurs de l’entreprise portuaire de Bejaia

Les moyens de communication interne	secondaire	Universitaire	TOTAL
Les réunions	11	14	25
Le face à face	9	16	25
L'affichage	5	13	18
La note de service	6	11	17
L'ordre de mission	4	4	8
le journal de l'entreprise	2	9	11
L'intranet R H	1	4	5
Le site de l'EPB	0	4	4
TOTAL	38	75	113

Source: enquête

Nous observons d’après ce tableau que la plupart des salariés qui ont un niveau d’instruction secondaire ont soutenu que ce sont les moyens oraux qui ont aidé à adopter les valeurs de l’EPB (répété 20 fois) et les moyens les moins répétés ce sont les moyens électroniques (répété 1 fois)

De l’autre coté la plupart des salariés qui ont un niveau d’instruction universitaire trouvent que les moyens écrits qui les ont aidé à adopter les valeurs de l’EPB (répété 37 fois).Les moyens les moins répétés ce sont les moyens électroniques (répété 8 fois).

ddl= 7, probabilité de fiabilité = 0,05, Chi2 théorique = 14,05, chi2 calculé = 5,93

Chi2 théorique est supérieur au chi2 calculé. Donc la dépendance n'est pas significative. C'est à dire les différences constatées dans les réponses des salariés universitaires et les salariés secondaires concernant la préférence des moyens de communication contribuant à l'adoption des valeurs de l'entreprise portuaire de Bejaia sont dus au hasard.

Figure n° 27 : rapport entre le niveau d'instruction et la préférence des moyens contribuant à l'adoption des valeurs de l'entreprise portuaire de Bejaia

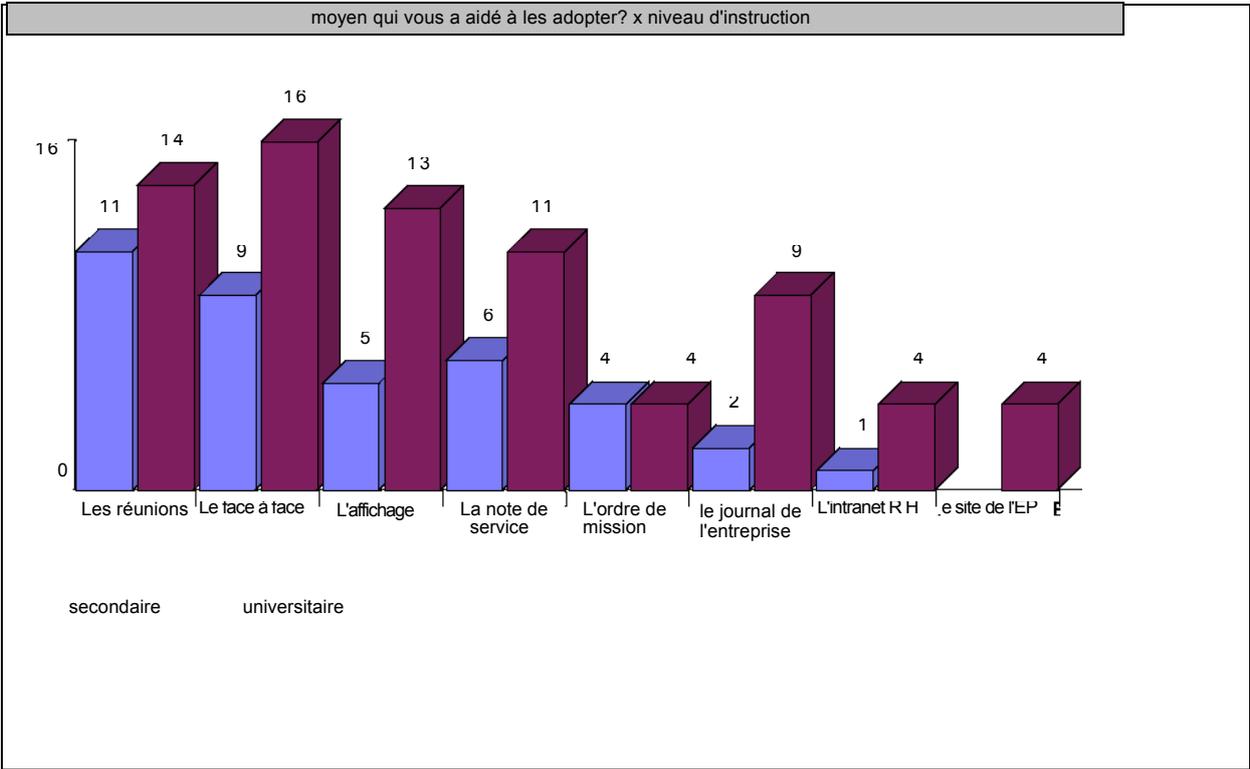


Tableau n° 30 : rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens de communication interne contribuant à la connaissance des principes de gestion de l’entreprise portuaire de Bejaia

Les moyens de communication interne	secondaire	universitaire	TOTAL
Les réunions	7	13	20
Le face à face	7	9	16
L'affichage	5	11	16
La note de service	5	9	14
L'ordre de mission	3	1	4
le journal de l'entreprise	4	5	9
L'intranet R H	1	7	8
Le site de l'EPB	2	4	6
TOTAL	34	59	93

Source: enquête

Nous relevant du tableau que la plupart des salariés qui ont un niveau secondaire que ce sont les moyens écrits qui les ont contribués à connaître les principes de gestion de l’EPB (répété 17 fois) contre les moyens électroniques qui sont les moins répété (3 fois).

De l’autre coté la plupart des salariés qui ont un niveau d’instruction universitaire aussi préfèrent les moyens écrits pour connaître les principes de gestion de l’EPB (répété 26 fois), les moyens les moins répétés ce sont les moyens électroniques (11 fois).

ddl= 7, probabilité de fiabilité = 0,05, Chi2 théorique = 14,05, chi2 calculé = 5,32

Chi2 théorique est supérieur au chi2 calculé. Donc la dépendance n'est pas significative. C'est à dire les différences constatées dans les réponses des salariés universitaires et les salariés secondaires concernant la préférence des moyens de communication contribuant à la connaissance des principes de gestion de l'entreprise portuaire de Bejaia sont dus au hasard.

Figure n° 28 : rapport entre le niveau d'instruction et la préférence des moyens contribuant à la connaissance des principes de gestion de l'entreprise portuaire de Bejaia

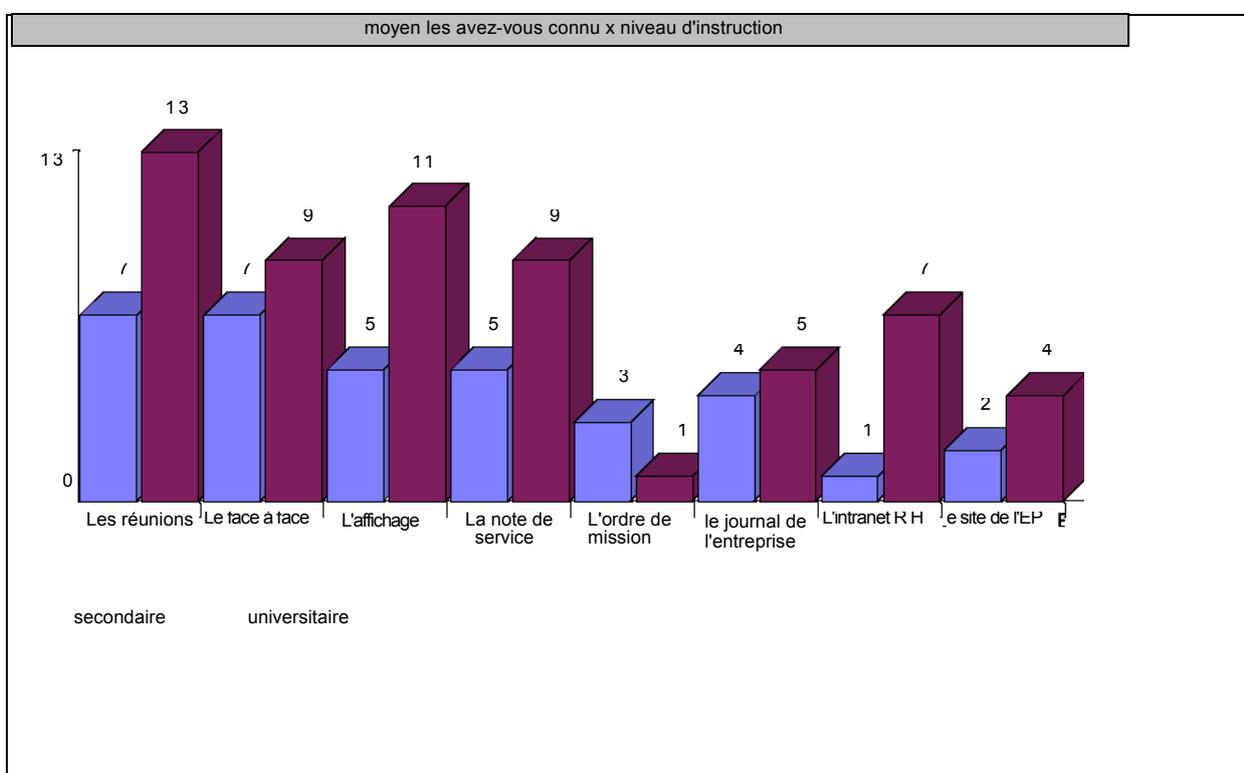


Tableau n° 31 : rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens contribuant à l’adoption des principes de gestion de l’EPB

Les moyens de communication interne	Secondaire	universitaire	TOTAL
Les réunions	7	12	19
Le face à face	7	9	16
L'affichage	8	11	19
La note de service	4	9	13
L'ordre de mission	1	3	4
le journal de l'entreprise	2	2	4
L'intranet R H	2	2	4
Le site de l'EPB	0	4	4
fiche de poste	0	1	1
TOTAL	31	53	84

Source : enquête.

Dans ce tableau on trouve que la plupart des salariés qui ont un niveau d’instruction secondaire préfèrent les moyens écrits pour les aider à adopter les principes de gestion de l’EPB (répété 15 fois). Les moyens les moins répétés ce sont les moyens électroniques (répété 2 fois).

Pour la plupart des salariés qui ont un niveau d’instruction universitaire préfèrent aussi les moyens écrits (répété 26 fois). Les moyens les moins répétés ce sont les moyens électroniques (répété 6 fois).

ddl= 8, probabilité de fiabilité = 0,05, Chi2 théorique = 15,50, chi2 calculé = 4,56

Chi2 théorique est supérieur au chi2 calculé. Donc la dépendance n’est pas significative. C’est à dire les différences constatées dans les réponses des

salariés universitaires et les salariés secondaires concernant la préférence des moyens de communication contribuant à l'adoption des principes de gestion de l'entreprise portuaire de Bejaia sont dus au hasard.

Figure n° 29 : rapport entre le niveau d'instruction et la préférence des moyens contribuant à l'adoption des principes de gestion de l'EPB

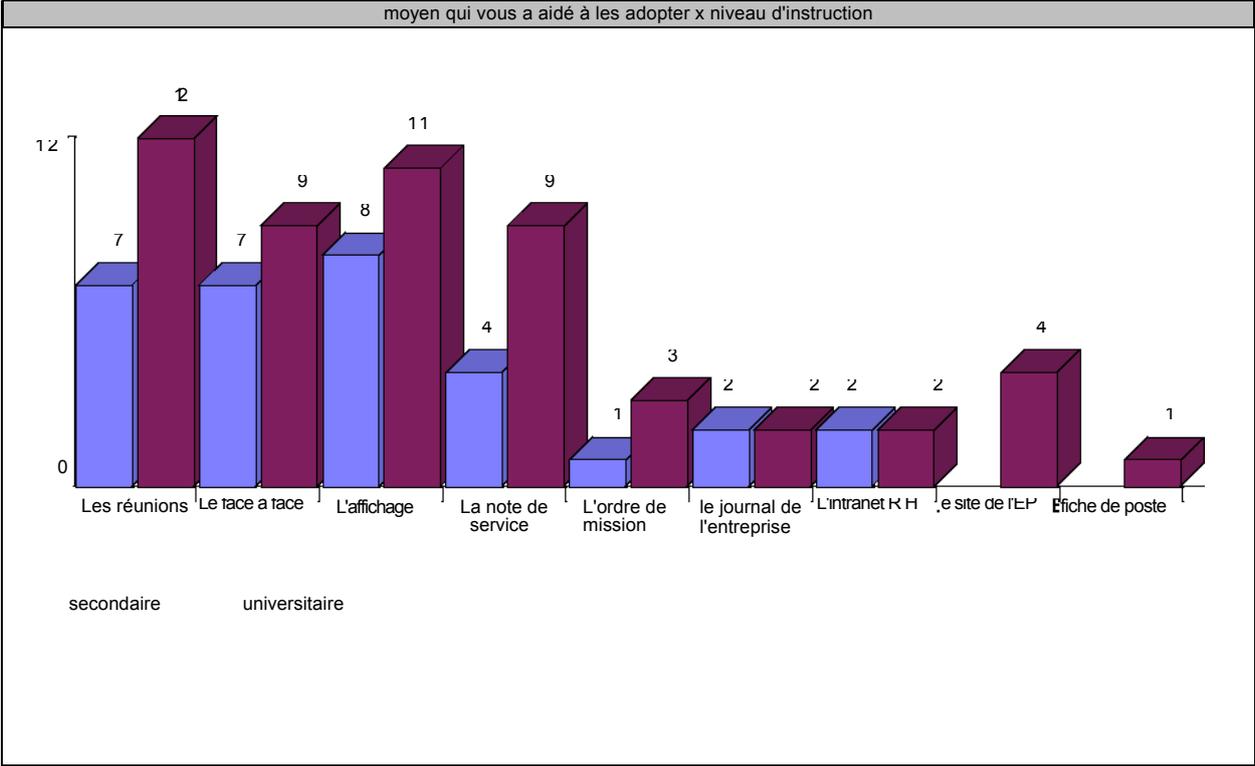


Tableau n° 32 : rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens contribuant à la connaissance de la charte RH de l’EPB

Les moyens de communication interne	secondaire	Universitaire	TOTAL
Les réunions	5	12	17
Le face à face	8	12	20
L'affichage	3	8	11
La note de service	3	7	10
L'ordre de mission	4	3	7
le journal de l'entreprise	3	3	6
L'intranet R H	9	11	20
Le site de l'EPB	3	4	7
TOTAL	38	60	98

Source : enquête

Nous observons d’après ce tableau que la plupart des salariés qui ont un niveau d’instruction secondaire préfèrent les moyens écrits pour connaître la charte RH de l’EPB (répété 13 fois) qui est en égalité avec les moyens oraux. Les moyens les moins répétés ce sont les moyens électroniques (répétés 12 fois).

Pour la plupart des salariés qui ont un niveau d’instruction universitaire préfèrent les moyens oraux (répétés 24 fois) pour connaître la charte RH de l’EPB. Les moyens les moins répétés ce sont les moyens électroniques (répétés 15 fois).

ddl= 7, probabilité de fiabilité = 0,05, Chi2 théorique = 14,05, chi2 calculé = 2,8

Chi2 théorique est supérieur au chi2 calculé. Donc la dépendance n’est pas significative. C’est à dire les différences constatées dans les réponses des salariés universitaires et les salariés secondaires concernant la préférence des

moyens de communication contribuant à La connaissance de la charte RH de l'entreprise portuaire de Bejaia sont dus au hasard.

Figure n° 30 : rapport entre le niveau d'instruction et la préférence des moyens contribuant à la connaissance de la charte RH de l'EPB

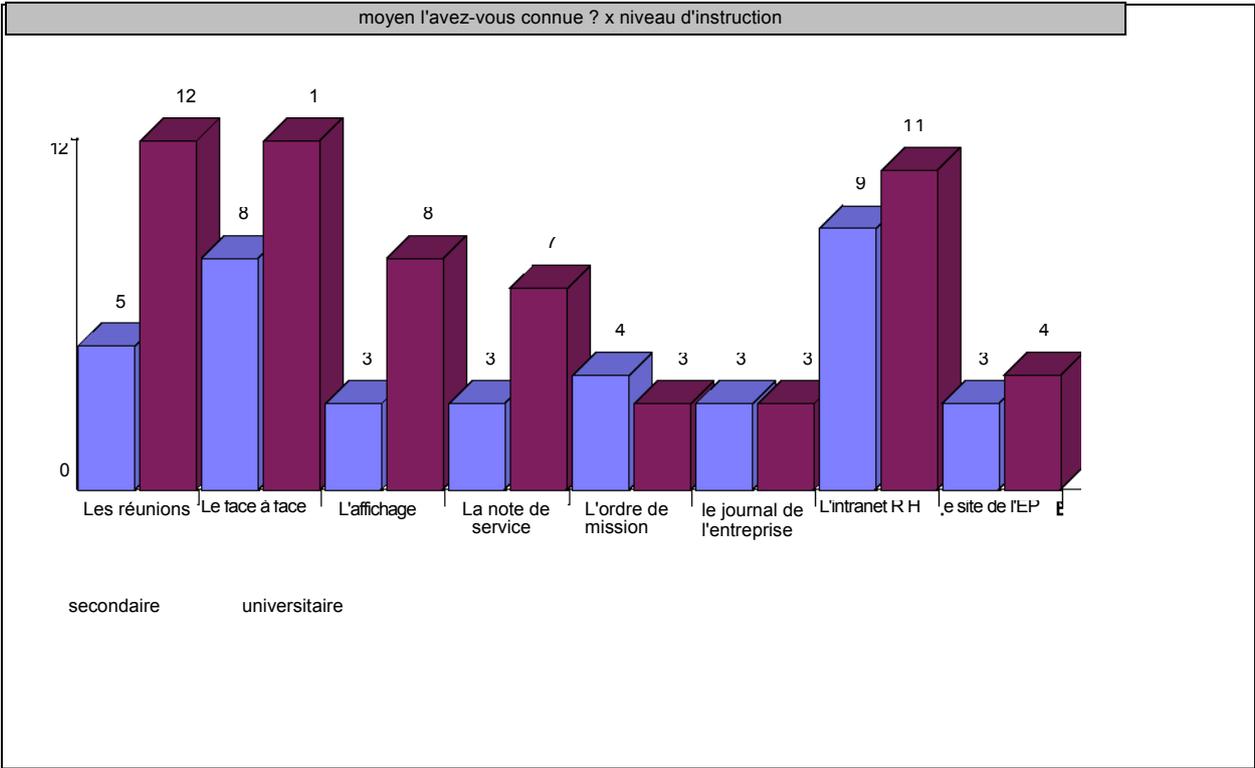


Tableau n° 33 : rapport entre le niveau d’instruction et la préférence des moyens contribuant à l’adoption de la charte RH de l’EPB

Les moyens de communication interne	secondaire	universitaire	TOTAL
Les réunions	5	10	15
Le face à face	11	14	25
L'affichage	4	8	12
La note de service	8	8	16
L'ordre de mission	3	6	9
le journal de l'entreprise	5	1	6
L'intranet R H	0	4	4
Le site de l'EPB	1	2	3
TOTAL	37	53	90

Source : enquête

Selon le tableau on relève que la plupart des salariés qui ont un niveau d’instruction secondaire trouvent que les moyens écrits qui ont aidé à adopter la charte RH de l’EPB (répétés 20 fois). Les moyens les moins répétés ce sont les moyens électroniques (répété 1 fois).

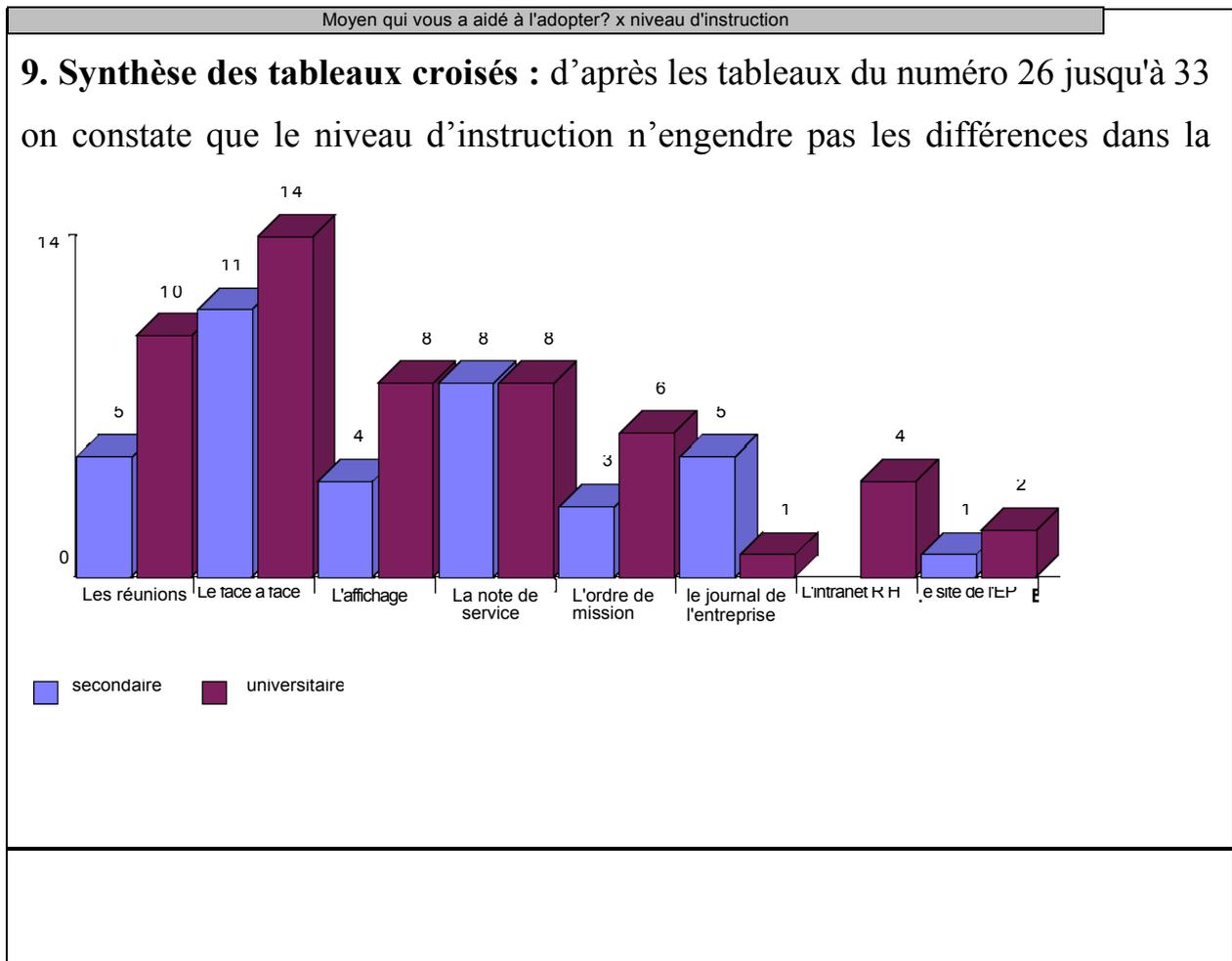
Pour la plupart des salariés qui ont un niveau d’instruction universitaire trouvent aussi que ce sont les moyens écrits qui les ont aidés à adopter la charte RH de l’EPB (répété 24 fois). Les moyens les moins répétés ce sont les moyens électroniques (le site de l’EPB répété 1 fois).

ddl= 7, probabilité de fiabilité = 0,05, Chi2 théorique = 14,05, chi2 calculé = 8,88

Chi2 théorique est supérieur au chi2 calculé. Donc la dépendance n’est pas significative. C’est à dire les différences constatées dans les réponses des

salariés universitaires et les salariés secondaires concernant la préférence des moyens de communication contribuant à L'adoption de la charte RH de l'entreprise portuaire de Bejaia sont dus au hasard.

Figure n° 31 : rapport entre le niveau d'instruction et la préférence des moyens contribuant à l'adoption de la charte RH de l'EPB



préférence pour un moyen de la communication interne contribuant à l'intégration culturelle

Conclusion

Conclusion:

Suite à la recherche effectuée auprès du personnel administratif de l'entreprise portuaire de Bejaia durant la période allant du 01/03 au 01 /04/ 2017, il a été constaté que la communication interne qu'elle soit orale, écrite ou électronique impacte différemment l'intégration des salariés.

En effet, l'intégration professionnelle des salariés concernant la connaissance des tâches et leur maîtrise passent par le biais des moyens de communication oraux. Cela peut s'expliquer par la particularité du processus d'apprentissage qui réussit davantage lorsque l'on est assisté par un formateur. Pour les mesures de sécurité et d'hygiène, le rôle des moyens de communication internes écrit s'est avéré plus important

En ce qui concerne l'intégration psychologie mesurée à travers la possession du sentiment d'appartenance par les salariés à l'entreprise, il a été rendu compte que la communication interne a plus d'influence lorsque la communication orale à travers les réunions et le contact face à face entre les salariés est mobilisé.

Pour l'intégration juridique et l'intégration culturelle, le poids des moyens écrits de la communication interne reste important et dépasse pour la première dimension 50% des canaux contribuant à l'intégration des salariés sur la quasi-totalité des indicateurs observés lors de l'enquête (4 indicateurs parmi 5 : connaissance du règlement intérieur, connaissance des droits, connaissance des devoirs et connaissance des procédures administratives).

En mettant l'accent dans cette étude sur l'intégration culturelle, les tests statistiques ont prouvé que le niveau d'instruction n'engendre aucune différence significative entre les salariés quant à la préférence des moyens de communication contribuant à leur intégration culturelle. Ainsi, nous expliquons la tendance des salariés vers les moyens de communication écrits par le modèle de communication mobilisé par l'EPB et qui est fondé sur l'écrit. De ce fait, l'hypothèse émise au début de cette recherche est confirmée.

Compte tenu de l'échantillon étudié dans cette recherche et qui n'a touché que le personnel administratif de l'EPB, nous proposons d'effectuer des études qui se situent dans la continuité de la présente en ciblant des catégories socioprofessionnelles différentes.

Référence bibliographique

Référence bibliographique:

Les ouvrages:

1. ALEXANDRE-BAILLY, Frédérique et BOURGEOIS, Denis et autres. *Comportement humains et management*. Paris : Ed. Pearson éducation, 2006. 393 p.
2. BRUNO, Joly. *Le point sur...marketing, la communication*. Paris: Ed. de Boeck, 2009. 191 p.
3. BRETON, Philippe et PROULX, Serge. *L'explosion de la communication*. Paris, Montréal : Ed. La découverte, 1989. 384 p.
4. D'ALMEIDA, Nicole et LIBAERT, Thiery. *La communication interne de l'entreprise*. Paris : Ed. Dunod, 2007. 128 p.
5. DECAUDIN, Jean-Marc et IGALENS, Jaques. *La communication interne: stratégie et techniques*. Paris : Ed. Dunod, 2003.224 p.
6. DECAUDIN, Jean-Marc et IGALENS, Jaques avec la collaboration de WALLER, Stéphane. *La communication interne, stratégies techniques* Paris : Ed. Dunod, 2006. 191 p.
7. JEAN, Lohisse. *Les systèmes de communication (approche socio-anthropologique)*. Paris : Ed. Armand colin, 1998. 191 p.
8. GEHANNE, Jean Claude. *Dictionnaire thématique de sciences économiques et sociales* tom 1. Paris : Ed. Dunod, 1995. 163 p.
9. LACAZE, Delphine et PERROT, Serge. *L'intégration des nouveaux collaborateurs*. Paris: Ed. Dunod, 2010, 208 p.
10. LIPIANSKY, Edmond. *Identité et communication*. Paris: PUF, 1992. 262 p.
11. SILVERMAND, David. *La théorie des organisations*, Paris : Ed. Dunod, 1973. 216 p.
12. WESTPHALEN, Marie-Hélène. *Communicator*. Paris: Ed. Dunod, 2004. 656 p.

Les ouvrages méthodologiques:

1. ANGERS, Maurice. *Initiation pratique à la methodologie des sciences humaines*. Alger: Ed. Casbah, 1997. 198 p.
2. COMBESSIE, Jean-Claude. *La méthode en sociologie*. Paris: Ed. La découverte, 2001. 128 p.

3. QUIVY, Raymond et CAMPENHOUDT, Luc Van. *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris: Ed. Dunod, 2006. 256 p.

Les dictionnaires:

1. BALLE, Francis. *Dictionnaire des médias*. Paris: Ed. Larousse- bordas, 1998. 453 p.

2. BRUNO, Alain. *Dictionnaire d'économie et des sciences sociales*. Paris: Ed. Ellipse, 2005. 656 p.

3. GRAWITZ, Madeleine. *Lexique des sciences sociales*. Paris: Ed. Dalloz, 1990. 421 p.

4. LAMIZET, Bernard et SILEM, Ahmed. *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication, Marketing*. Paris: Ed. Dalloz, 1981. 376 p.

5. MAHE DE BOISLANDELLE, Henri. *Dictionnaire de gestion, vocabulaire, concepts et outils*. Paris: Ed. Économie, 1998. 517 p.

Annexes

Annexe 1 :



Université Abderrahmane Mira-Bejaia

Faculté des Sciences Humaines et Sociales

Département des Sciences Sociales

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de master en Sciences Sociales,

Option Sociologie du Travail et des Ressources Humaines

Thème

Impact de la communication interne sur l'intégration des salariés de l'entreprise

Cas de l'Entreprise Portuaire de Bejaia EPB

Réalisé par

MEDKOURI Abdelhafid

MESSAMERI Rocheddine

Encadré par

M^{me} DALI Kenza

Septembre 2017

Annexe 2 : Questionnaire destiné au personnel administratif de l'EPB

Université Abderrahmane Mira de Bejaia
Faculté des Sciences Humaines et Sociales
Département des Sciences Sociales

Dans le cadre de la préparation d'un mémoire de Master 2 en Sociologie des organisations et du travail sous le thème: « *Impact de la communication interne sur l'intégration des nouvelles recrues* », nous vous remercions de bien vouloir accepter de répondre aux questions de ce formulaire.

Nous tenons à **vous garantir l'anonymat** et confirmer que vos **réponses ne seront exploitées que pour des fins purement scientifiques.**

Enfin, nous tenons également à vous exprimer nos sentiments de reconnaissances pour votre aide et collaboration.

MrMessameriRocheddineetM^rMedkouriAbdelhafid

Questionnaire:

AXE 1 : Données personnelles

1. Age :ans

2. Sexe

Homme Femme

3. Situation Matrimoniale: Marié(e) Célibataire Veuf (Ve) Divorcé(e)

4. Niveau d'instruction: Primaire Moyen secondaire universitaire

AXE2: Impact de la communication interne sur l'intégration professionnelle

1- Par quel moyen avez- vous connu vos taches?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission ____ Le journal de l'entreprise ____ L'intranet R H ____ Le site de l'EPB
Autres (lequel?).....

2-Quel est le moyen qui vous a aidé à maitriser vos tâches?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission ____ Le journal de l'entreprise _____ L'intranet R H ____ Le site de l'EPB
Autres (lequel?).....

3-Par quel moyen avez-vous appris les mesures de sécurité de l'EPB?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission ____ Le journal de l'entreprise _____ L'intranet R H ____ Le site de l'EPB
Autres (lequel?).....

4-Par quel moyen avez-vous appris le respect des mesures de sécurité de l'EPB ?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission _____ Le journal de l'entreprise _____ L'intranet R H ____ Le site de l'EPB
Autres (lequel?).....

5-Par quel moyen avez-vous appris les mesures d'hygiène de l'EPB?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission _____ Le journal de l'entreprise _____ L'intranet R H ____ Le site de l'EPB
Autres (lequel?).....

6- Par quel moyen avez-vous appris le respect des mesures d'hygiène de l'EPB ?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission _____ Le journal de l'entreprise _____ L'intranet R H _____ Le site de l'EPB
Autres (lequel?).....



AXE 3: Impact de la communication interne sur l'intégration culturelle

7-Connaissez-vous la vision de l'EPB ?

Oui non

Si oui,

a. par quel moyen l'avez-vous connu?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission _____ Le journal de l'entreprise _____ L'intranet R H _____ Le site de l'EPB
Autres (lequel ?).....

b. Adoptez-vous la vision de l'EPB ?

Oui non

Si oui, quel est le moyen qui vous a aidé à l'adopter?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission _____ Le journal de l'entreprise _____ L'intranet R H _____ Le site de l'EPB
Autres (lequel?).....

8-connaissiez-vous les valeurs de l'EPB ?

Oui non

Si oui,

a. par quel moyen les avez-vous connus?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission _____ Le journal de l'entreprise _____ L'intranet R H _____ Le site de l'EPB
Autres (lequel ?).....

b. Adoptez-vous les valeurs de l'EPB ?

Oui non

Si, oui, quel est le moyen qui vous a aidé à les adopter?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission ____ Le journal de l'entreprise L'intranet R H _____ Le site de l'EPB
Autres (lequel ?).....

9-Connaissez-vous les principes de gestion de l'EPB ?

Oui non

Si oui,

a. par quel moyen les avez- vous connu?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission ____ Le journal de l'entreprise L'intranet R H ____ Le site de l'EPB
Autres (lequel ?)

b. Adoptez-vous les principes de gestion de l'EPB ?

Oui non

Si, oui, quel est le moyen qui vous a aidé à les adopter?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission ____ Le journal de l'entreprise L'intranet R H _____ Le site de l'EPB
Autres (lequel ?).....

10-Connaissez-vous la charte Ressources Humaines de l'EPB ?

Oui non

Si oui,

a. par quel moyen l'avez- vous connue?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission ____ Le journal de l'entreprise L'intranet R H ____ Le site de l'EPB
Autres (lequel ?)

b. Adoptez-vous la charte Ressources Humaines de l'EPB?

Oui non

Si, oui, quel est le moyen qui vous a aidé à l'adopter?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission ____ Le journal de l'entreprise L'intranet R H Le site de l'EPB
Autres (lequel ?)

AXE 4: Impact de la communication interne sur l'intégration psychologique

11. Avez-vous un sentiment d'appartenance à l'EPB ?

Oui non

Si, oui, quel est le moyen qui a contribué à la naissance de ce sentiment?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission ____ Le journal de l'entreprise L'intranet R H Le site de l'EPB
Autres (lequel ?)

AXE 4: Impact de la communication interne sur l'intégration juridique

12- Connaissez-vous le règlement intérieur de l'entreprise?

Oui non

Si oui,

a. Par quel moyen l'avez-vous connu?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission ____ Le journal de l'entreprise L'intranet R H Le site de l'EPB
Autres (lequel ?)



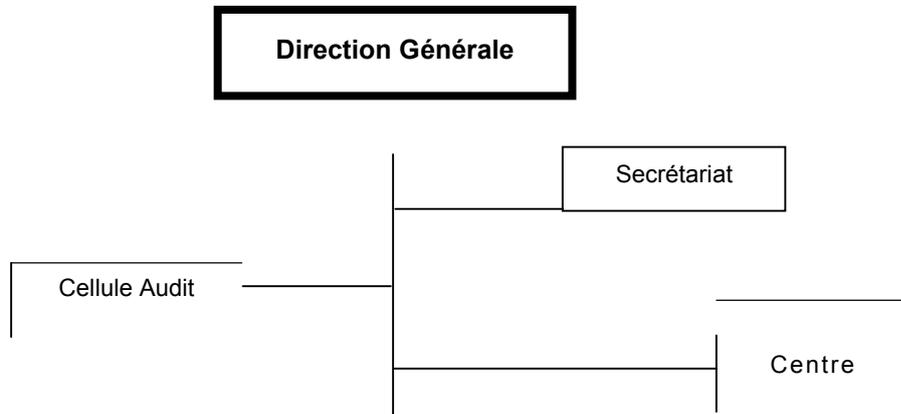
b. Par quel moyen avez-vous appris à le respecter?

Les réunions Le face à face L'affichage La note de service
L'ordre de mission ____ Le journal de l'entreprise L'intranet R H Le site de l'EPB
Autres (lequel ?)

13-Connaissez-vous vos droits?

Oui non

Annexe 2 : Organigramme général de l'EPB



Organigramme général de l'Entreprise Portuaire de Bejaia

Source : document interne de l'EPB.

