

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



Mémoire de fin de Cycle

En vue d'obtention du Diplôme de Master

Option : Sociologie de communication

THEME

**Communication interne et socialisation
organisationnelle au sein d'une organisation**

Cas d'APC d'AKBOU(2023)

Réalisé par :

- ❖ **HIDJEB SIHAM**
- ❖ **BOUFOUDI CHAHINEZ**

Encadré par :

Dr : ABBACI MADJID

2022/2023

Remerciement

Tout d'abord, nous remercions Dieu tout puissant de nous avoir donné le courage pour pouvoir terminer ce travail.

*Nous tenons à adresser nos vifs remerciements à notre encadrant Mr **ABBACI MADJID** pour son grande contribution à la réalisation de ce modeste travail.*

Ainsi que tous les employés de la commune d'Akbou pour leur aide et leur soutien durant notre stage.

Sans oublier toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire, qui j'espère sera un guide pour les étudiants.

SIHAM & CHAHINAZ

Dédicace

Je remercie d'abord Dieu qui m'a aidé à tenir le coup en me donnant

La santé, le courage et la patience.

Je dédie ce modeste travail :

À mes très chers parents, que Dieu leur procure une bonne santé et

Une longue vie.

À la mémoire de mes grand parents : que Dieu vous Accueils dans son

vaste paradis.

À ma très chère sœur : Cilya

A mes anges : Damya et Thafrara

À mes très chers frères : Mohend, Kader, Yacine

A mon cher fiancé Mourad

A ma meilleur amie : Lili

À mes cousins et cousines

À toute la famille HIDJEB

À tous ceux qui ont contribués de près ou de loin à la réalisation de ce

Travail.

SIHAM

Dédicace

Je dédie ce travail à mes chers parents que Dieu leur procure une bonne santé, et grâce A eux que je me suis réussie et réaliser ce travail.

A mes tantes : Wrida, Zakia, Fadhila, Naima.

A mon fiancé Yanis.

A ma belle mère Werdia et mon beau père Khellaf et ma

Belle sœur chanez.

Aussi à mon ami Ferhat qui m'a aidé.

CHAHINAZ

Liste des abréviations

C.I	La communication interne
S.O	Socialisation organisationnelle
A.P.C	assemblée populaire communale
C.E	Communication d'entreprise
N.R	Nouveau recrue

Liste des tableaux

Tableau N° 01: Les caractéristiques socioprofessionnelles de la population d'étude	71
Tableau N° 02: l'influence des réseaux sociaux sur le nouveaux recrue	73
Tableau N° 03: la recherche d'information avant l'entrer dans l'organisation.....	74
Tableau N° 04: L'aide de l'organisation	75
Tableau N° 05: L'apprentissage de métier	77
Tableau N° 06: La communication interne et son rapport avec la socialisation organisationnelle	78
Tableau N° 07: La méthode d'intégration.....	80

Liste des figures

Figure N° 01: Le modèle de shannon et weaver	45
Figure N° 02: Le modèle de lasswel	46
Figure N° 03: Le modèle de Jakobson	47
Figure N° 04: Organigramme de l'APC d'akbou.....	70

Sommaire

Introduction générale.....	10
Chapitre I: Cadre méthodologique	
1. Les raisons du choix de thème	13
2. Les objectifs de la recherche	13
I. La méthode de la recherche	14
II. Le déroulement de l'enquête	Erreur ! Signet non défini.
III. La problématique.....	15
IV. Les hypothèses	17
V. Définitions des concepts :	18
VI. Les études antérieures	22
VII. Les difficultés rencontrées :	31
Chapitre II: Cadre théorique	
Partie 01 : La communication interne	
Introduction	34
I. Définition de la communication interne :	34
II. L'histoire et l'évolution de la communication interne	35
III. Les outils de communication interne	35
IV. Les objectifs de la communication interne.....	39
V. Les formes de communication interne :	40
VI. Le processus de la communication	42
VII. La stratégie de la communication interne.....	43
VIII. Les théories de la communication	44
Conclusion.....	49
Partie 02: La socialisation organisationnelle	
Introduction	51
I. Les définitions de la socialisation organisationnelle.....	51
II. Les étapes de la socialisation organisationnelle :	52
III. Les tactiques de socialisation dans les organisations	54
IV. Les modèles de socialisation.....	56
V. L'intégration de nouveau recruté.....	60
VI. Les méthodes d'intégration.....	60
VII. Les tactiques individuelles d'intégration.....	61
Conclusion.....	64
Chapitre III: Analyse et interprétation des données	
Préambule.....	66
1. Présentation de l'organisme l'APC d'akbou	66
2. Les moyens de communication organisationnelle utilisés au sein de l'APC d'AKBOU ...	68
3. L'échantillon de l'enquête.....	69
4. Protocole de la recherche	69
5. L'analyse et interprétation des résultats	71
6. Vérification des hypothèses	81
Conclusion générale	84

Introduction générale

Introduction générale :

La communication interne comprend toutes les activités de communication au sein de l'entreprise destinées aux employés pour accroître l'échange d'informations et promouvoir la culture d'entreprise.

De plus, c'est un excellent moyen de les fidéliser, de leur donner un fort sentiment d'appartenance à l'entreprise et d'attirer de nouveaux talents. Ainsi, en plus du cadre d'information, il valorise également la gestion des ressources humaines, car il peut instaurer une bonne ambiance de travail, fédérer tout le monde autour du projet, et stimuler l'efficacité et la créativité. Au sein de l'entreprise.....

La bonne stratégie de communication interne de l'entreprise a pour but de répondre aux besoins des employés Informer en sensibilisant le personnel ; renforcer la spiritualité et Cohésion entre les différentes catégories socioprofessionnelles ; créer des relations de confiance pour motiver les employés ; le plus important se spécialisant dans le personnel, ce qui lui a permis de trouver sa place organisation pour comprendre son rôle dans l'entreprise et comprendre ses Contribution à ces dernières activités, qui visent toutes à atteindre un ensemble des groupes parce que quand on parle de communication on parle de groupes.

la socialisation de ce dernier qui est un processus ou le mécanisme par lequel les nouveaux employés acquièrent les connaissances, les compétences et les comportements nécessaires pour devenir des membres efficaces et des initiés de l'organisation.

Les stratégies utilisées dans ce processus comprennent des réunions formelles, des conférences, des vidéos, des documents imprimés ou des instructions informatiques décrivant les opérations et la culture de l'organisation dans laquelle l'employé entrera. Ce processus est connu ailleurs dans le monde sous le nom d'"initiation" ou de formation. C'est dans ce contexte que nous avons élaboré une étude sur le thème « la communication interne comme socialisation organisationnelle au sein d'une organisation APC d'akbou » afin d'aboutir à des résultats relatifs à l'objectif de notre recherche sur le terrain, dans l'objectif de démontrer l'impact de la communication interne sur la socialisation de nouveaux recrue.

Pour éclairer notre objet d'étude, nous avons divisé notre travail en deux parties : Une partie théorique et une partie pratique.

Le premier chapitre est consacré à la présentation du cadre méthodologique de la recherche, ou on a développé les points suivants : les raisons du choix du thème, les objectifs de la recherche, la problématique, les hypothèses, la définition des concepts, la méthode et la technique utilisés, l'échantillon et les obstacles rencontrés.

Le deuxième chapitre est consacré à la présentation du cadre théorique de la recherche, en a divisé en deux parties la première partie présente la communication interne, définitions, outils, les formes, le processus de communication, stratégie de communication, les théories de communication.

Deuxième parties présente la socialisation organisationnelle, définition, les étapes de socialisation, les tactiques de socialisation dans l'organisation, les modèles de socialisation les méthodes d'intégration de nouveaux recrue, les tactiques individuelles,

Le Troisième chapitre compose de La présentation de l'organisme d'accueil et l'analyse et interprétation des données et la discussion des résultats.

Enfin, on termine notre étude, par une conclusion qui comprend les résultats les plus importants auxquels on a abouti dans notre recherche.

Chapitre I: Cadre méthodologique

1. Les raisons du choix de thème :

Dans cette recherche nous avons choisi ce thème par les raisons suivants :

- Acquérir des connaissances sur la communication interne et la socialisation organisationnelle.
- L'importance de thème par rapport à notre spécialité (sociologie de communication)
- Comprendre l'impact de la communication interne sur l'intégration et la socialisation des nouvelles recrues.

2. Les objectifs de la recherche :

- Comprendre comment elle s'intègre au travail et sa capacité à s'adapter dans nouveau milieu.
- Comprendre les stratégies de la communication interne utilisé à l'intérieur de l'entreprise.
- connaître les domaines du travail dans différents secteurs.

I. La méthode de la recherche :

Dans notre recherche, nous avons opté pour la méthode qualitative qui couvre une série de techniques de collecte et d'analyse, la recherche qualitative englobe toutes les formes de recherche sur le terrain de nature non numérique, tels que les mots et les récits.

Il existe différentes sources de données qualitatives, telles que les observations, l'analyse de documents, les entretiens, les images et vidéo...

Dans notre recherche nous avons opté pour deux techniques :

1. Les techniques utilisées**1.1 L'observation**

L'observation est une technique fréquemment utilisée pour mener une étude qualitative. Cette technique propose à l'enquêteur de se focaliser sur le comportement d'une personne, plutôt que sur ses déclarations.

« L'observation directe constitue la seule méthode de recherche sociale qui capture les comportements au moment où ils se produisent sans l'intermédiaire d'un document ou d'un témoignage. »¹

1.2 L'entretien

L'entretien est une méthode utilisée pour mener une étude qualitative, l'entretien de recherche est une technique de collecte de données informatives. Cette méthode permet

de récolter et d'analyser plusieurs éléments : l'avis, l'attitude, les sentiments, les représentations de la personne interrogée.

Dans notre recherche nous avons opté pour l'entretien et l'observation pour recueillir des données et des informations de la part de la population d'étude. Qui comporte diverses questions de notre problématique réparties en 03 axes :

Axe 01 : La communication interne

Axe 02 : Socialisation organisationnelle

Axe 03 : Intégration au travail

¹ Raymond Quivy et Luc Van Campenhoudt « Manuel de recherche en sciences sociales » édition Dunod, Paris 2006, p. 177

2. La population d'étude :

Dans toute étude scientifique, le chercheur doit identifier la population d'étude, également appelée population mère, qui est un groupe avec des critères précis répondant aux objectifs de la recherche. Une population d'étude est : « un ensemble de tous individus qui ont les caractéristiques qui correspondent aux objectifs de la recherche »²

Pour notre thème de notre recherche qui porte sur l'impact de la communication interne sur la socialisation des salariées de l'organisation. De l'APC d'akbou. Notre population d'étude est constituée d'un ensemble de 08 salariés de l'entreprise de différentes catégories socioprofessionnelles.

2.1: Le déroulement de l'enquête :

Notre enquête a duré 60 jours du 20/03/2023 au 20/05/2023, et nous avons passé beaucoup de temps sur place à nous renseigner sur notre environnement dans le cadre de notre stage. Travail, et surtout la familiarité avec les différents appareils qui constituent la colonne vertébrale de nos outils de travail

II : Les difficultés rencontrées :

On a rencontré quelques obstacles durant notre recherche :

- Le refus de quelques éléments de répondre à quelques questions.
- Le manque d'expérience sur le terrain.
- Le manque des études antérieures.
- Le manque de documentation.
- La plus grande difficulté que nous avons rencontrée sur notre terrain de recherche est la non-disponibilité des enquêtés à cause de la surcharge de travail

² Maurice Angerces, initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Alger, 1997, P09

III. La problématique

Pour étudier l'importance de la communication interne dans une entreprise donnée, il nous a paru nécessaire de se conformer à certains principes et normes méthodologiques mais aussi, d'évoquer son historique, à la fois son apparition et les étapes de son évolution. Les premiers pas de la communication interne apparaissent avec l'avènement de l'ère industrielle et le besoin des directions de certaines entreprises de transmettre des consignes et des informations à leurs salariés. Les moyens de communication interne ont connu une évolution croissante depuis leurs apparitions. Au début des années 90.

La communication interne regroupe l'ensemble des actions mises en œuvre au sein d'une entreprise à destination de ses salariés. Elle s'inspire de plus en plus souvent des techniques de communication marketing afin d'établir un climat social bénéfique et favorable aux bons Résultats. Selon WESTPHALEM Mari : « La communication interne englobe l'ensemble des actes de communication qui se produisent à l'intérieure d'une entreprise »³

La socialisation des nouvelles recrues est actuellement un chantier majeur pour les entreprises et organisations qui craignent les difficultés de recrutement et la perte de compétences dans le cadre théorique de la socialisation organisationnelle, on entend par ce dernier Le concept de socialisation organisationnelle qui est issu des disciplines de la sociologie, de la psychologie et de l'anthropologie. Ce concept, qui a vu le jour il y a plus d'une quarantaine d'années, connaît aujourd'hui un regain d'intérêt dans le domaine de la gestion. La socialisation organisationnelle est un processus double, de transmission et d'acquisition, entre les membres expérimentés de l'organisation et les nouvelles recrues. Selon Van Maanen et Schein (1979), elle correspond au processus par lequel on enseigne à un individu et par lequel cet individu apprend les aspects formels et informels d'un rôle organisationnel. Au cours de ce processus, le nouveau salarié vient à

apprécier les valeurs, les capacités, les comportements attendus et les connaissances sociales essentielles pour assumer un rôle et participer en tant que membre d'une organisation alors la socialisation et l'intégration des nouveaux recrutés est devenue une véritable nécessité professionnelle, donc il est impératif à l'entreprise de disposer d'outils, de techniques et de méthodes afin de faciliter la socialisation organisationnelle des nouveaux employés surtout ceux qui ne maîtrisent pas bien leurs tâches, et parmi ces techniques et outils la

³ - Westphalem Mari, le Guide de la communication d'entreprise ,3emeEd, DUNOD Ed, paris, 2001, p.63

communication interne La communication interne représente toutes les actions menées au sein d'une entreprise dans le but d'interagir avec ses collaborateurs. On l'appelle aussi "communication organisationnelle" ou "communication corporal". La façon dont elle sera mise en place déterminera grandement la culture d'entreprise. Après avoir mis en lumière la communication interne et la socialisation organisationnelle, on peut enfin formuler le problème de notre recherche sous forme de question.

La question de départ pourrait être énoncée comme suit : Comment la communication interne influence l'intégration de nouveaux salariés dans une organisation ?

Par rapport a ce qui a été dit auparavant nous souhaitons répondre à cette question centrale :

Quel est l'impact de la communication interne sur la socialisation organisationnelle et l'intégration des nouvelles recrues au niveau de l'APC d AKBOU ?

IV. Les hypothèses

Une hypothèse est une supposition qui est faite en réponse à une sous-question de recherche et qui aide à répondre à la question centrale.

« l'hypothèse de recherche établit une relation qu'il faudra vérifier en la soumettant ou en la comparant aux faits , c'est une relation supposée entre les concepts ou précisément entre les attributs des concepts qui représentent les phénomène observés et servent a les décrire. L'hypothèse demande à être confirmer ou a être infirmée par l'épreuve de la confrontation aux faits »⁴

Pour bien éclairer notre sujet de recherche on va poser les questions secondaires suivantes :

- 1- comment la communication interne influence sur la socialisation organisationnelle au sein de l'entreprise ?
- 2- comment le nouveau recrue s'intègre et socialise dans une entreprise ?

⁴N'DA Paul, recherche et méthode des science sociale et humains réussir sa thèse , son mémoire de master ou professionnel, et son article, Paris ED L'Harmattan, 2015.P.47

Hypothèse secondaire :

- La communication interne influence l'apprentissage du métier au niveau de l'APC.
- Le nouveau recrue s'intègre et arrive à une meilleure socialisation organisationnelle avec l'aide des collègues au travail et la validation de leurs compétences.

V. Définitions des concepts :**1. La communication :**

Action de communiquer avec quelqu'un, d'être en rapport avec autrui, en général par le langage ; échange verbal entre un locuteur et un interlocuteur dont il sollicite une réponse : Le langage, le téléphone sont des moyens de communication.

« Transmission du message chimique entre cellules, un dialogue entre deux personnes, l'activité des médias ou encore la circulation de l'information dans l'entreprise »⁵

« En sociologie, la communication est défini par Durkheim comme une interaction d'un réseau où s'échangent et se partagent des représentations collectives. C'est rendre en commun pour organisme ou un système situé en un point donné au stimulus et aux expériences d'un individu ou système situé en un autre lieu et à une autre époque en utilisant l'élément de connaissance qu'ils ont en commun »⁶

2. La communication interne :

Peut être définie comme l'ensemble des actions et interactions entre deux ou plusieurs salariés celles-ci se produisent dans une entreprise donnée dont le but est de communiquer et d'informer.

« La communication interne ne l'est plus totalement elle s'exerce plutôt autour d'un continuum interne-externe qui se déplace en fonction des situations et des enjeux »⁷

⁵ Sous la Direction de JEAN François, science Humain, éd science humain, 2004, P 98

⁶ EDMAND Marc et DOMINIQUE Picard, Relation et Communication Interpersonnelle, éd Dunos, Paris, P 157

⁷ THIERRY Libeart, MARIE Hélène, westphalen, «communicator », édition dunod, paris. p48

« Est 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. 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 pour survis »⁸

3. Intégration :

L'intégration dans l'entreprise est une interaction entre un individu et une organisation (service, collectif...) qui se construit dans le temps. N'étant pas le résultat d'un acte posé, bref et précis, comme le recrutement ou l'accueil, l'intégration est un processus qui génère du changement.

« L'intégration est la phase d'appropriation des nouvelles fonctions par l'employé. Au cours de cette phase, l'employé acquiert les connaissances, les habiletés, les aptitudes et les valeurs requises pour s'adapter à son nouveau milieu. C'est le terrain ou (l'assistant) qui accompagne l'employé au cours de cette étape. Le nouvel arrivant peut ainsi S'intégrer dans l'équipe et connaître ce qui est attendu de lui. L'intégration peut être enrichie par une formation directement liée aux tâches à effectuer »⁹

« L'intégration est une opération qui consiste à assembler les différentes parties d'un système et assurer la compatibilité ainsi que le bon fonctionnement du système complet. C'est aussi la coordination des activités des plusieurs organes, en vue d'un fonctionnement harmonieux. »¹⁰

4. Stratégies de communication :

La stratégie de communication est la façon dont vous allez organiser les actions nécessaires pour atteindre vos objectifs de communication.

« Une stratégie de communication est un ensemble, de choix, et les décisions visant à définir les objectifs d'un investissement en communication, le budget permettant cet investissement, les canaux devant drainer les messages communicants selon les cibles à toucher et la répartition de l'effort de communication par message et par canal »¹¹

⁸ Nicole d'Almeida et Thierry Libaert, la communication interne de l'entreprise, 3eme édition, éditionDunod, Paris, 2002, P9.

⁹ YVON b, guide pratique pour la gestion des ressources humaines, 2009, P26

¹⁰ CHRISTIAN h, guide de management intégré, édition afnor, Paris, 2004,p132

¹¹ JEAN Marie Peretti, **Gestion des ressources humaines**, DUNOD, 3ème édition, Paris, 2008, p210

5. Nouveau recrue :

Désigne un nouveau membre d'un groupe, d'une société, d'un parti. « Elle désigne une personne physique nouvellement recrutée, c'est un travailleur subordonné réalisant une tâche pour le compte d'autrui, le salarié travaille au profit d'un employeur, auquel il est subordonné, quelle que soit la profession » Selon BRUNO Alain l'employé est défini comme un « actif occupant un emploi, le contrat de travail est fondé sur une relation de Subordination à un employeur. L'employé loue sa force de travail à l'employeur en échange d'une rémunération appelée salaire »¹²

6. Salariés :

C'est une personne qui occupe un poste au sein d'une entreprise ou d'une organisation « Actif occupant un emploi dont le contrat de travail est fondé sur une relation de Subordination à un employeur. Le salarié loue sa force de travail à l'employeur en échange d'une rémunération appelée salaire ». ¹³

« Forment aujourd'hui un ensemble hétérogène, certains restent fondamentalement dépendants des pôles marchands d'accès à l'emploi et au revenu. Alors que d'autres peuvent être propriétaires de revenus capitalistes et exercer des fonctions de Direction au plus haut niveau d'autorité de l'organisation économique et sociale ». ¹⁴

7. Socialisation organisationnelle :

La socialisation organisationnelle est définie comme les processus par lesquels un individu acquiert les connaissances sociales et les compétences nécessaires pour assumer un rôle dans une organisation. « La socialisation organisationnelle se produit lorsque les employés Statut d'étranger à la participation et à l'adhésion active. Processus à travers divers les étapes de la désocialisation, qui renseignent sur l'évolution de la socialisation dans le temps personnel »¹⁵

¹² ALAIN Bruno, « Dictionnaire d'économie et de sciences sociales », éd Ellipses, Paris, 2005, p. 415

¹³ ALAIN Bruno, *Dictionnaire d'économie et sciences sociale*, édition Ellipses, Paris, 2005, p 280

¹⁴ AKOUN André et autres, *Dictionnaire de sociologie*, édition le Robert Seuil, 1999 p 469

¹⁵ Cadre Dictionnaire de Microsoft encarta, dicos, Microsoft, corporation, 2009, P106.

8 .Entreprise :

Unité économique, juridiquement autonome dont la fonction principale est de produire des biens ou des services pour le marché.

L'entreprise « est un réseau où des entrepreneurs proposent des produits à des clients, en réalisant cette offre par recours à des travailleurs, en mettant en œuvre des moyens financés, ceci dans des conditions où chacun tire avantage des efforts qu'il consent »¹⁶

9. Organisation :

Un groupe social formé d'individus en interaction, ayant un but collectif, mais dont les préférences, les informations, les intérêts et les connaissances peuvent diverger.

« Groupements humains qui coordonnent leurs activités pour atteindre les buts qu'ils se donnent. Elle est de nature économique (l'organisation), sociale (syndicats), politique (partis) ou religieuse (églises).

Elle caractérise les diverses façons par lesquelles ces groupements agencent ou structurent les moyens dont ils disposent pour parvenir à leurs fins. Ces modes organisationnels sont appliqués à des ensembles concrets (atelier, réseaux, commercial, service après- vente) ou à des fonctions génériques (information, travail). Ce sont des instruments de renationalisation, permettant d'optimiser la gestion des ressources, la division des tâches, la répartition des pouvoirs ou les réglés de fonctionnements ».¹⁷

10. Le rôle :

Le rôle d'un individu représente l'ensemble des comportements attendus par la société en fonction de son statut (profession, place familiale, etc.)

« Le concept de contrôle a des conduites ou a des modèles de conduite qui Relèvent d'une affirmation identitaire et d'un processus d'interaction entre les Individus et la structure sociale»¹⁸

Est défini comme « l'ensemble des conduites normales d'un sujet lorsqu'il possède tel statut social ; celles qui conviennent à tel âge, tel sexe, telle position familiale, professionnelle, Politique. Une distinction est faite entre les rôles institutionnels et les rôles fonctionnels à l'intérieur de groupes et d'organisations. Pour l'analyse des rôles fonctionnels dans les petits

¹⁶ AKOUN André et autres, *Dictionnaire de sociologie*, édition le Robert Seuil, 1999, p 188

¹⁷ LEDUFF Robert, encyclopédie de la gestion et du management, édition Dalloz, Paris, 1999, p 870-871.

¹⁸ Lexiques *des sciences sociales*, 7^{ème} édition, Dalloz, 2000, paris, p460.

groupes, les travaux de BALES décrivent les interventions orientées vers la tâche du groupe et les rôles relevant des aires interpersonnelles socia-affectives positives et négatives, tandis que ceux de BENNET et SHEATS, outre la centration sur la tâche, portent sur les rôles de maintien de la cohésion, de satisfaction des besoins individuels et les rôles parasites »¹⁹

VI. Les études antérieures :

Dans toute étude scientifique, le chercheur doit d'abord à un stade Méthodologie très importante, celle des études antérieures, comme notre cas l'exige Pour acquérir plus de connaissances et voir comment sont nos sujets de recherche expliqué précédemment par d'autres chercheurs

➤ Les études de Philippe DETRIE et Catherine MESTIN-BROYEZ sur la communication interne :

Édition 2001 Philippe Détire (Auteur) Catherine Meslin-Broyez (Auteur) Publié en Janvier 2001 Etude (Broché), On Communique pour Donner du Sens. Ainsi, une communication efficace repose plus sur le comportement que sur les médias, et plus sur le management que

Sur la technologie. S'appuyant sur plus de dix ans d'expérience, ils démontrent le concept de communication, la fonction de la communication interne, les multiples négations et comportements de la communication interne le comportement de. Les gens en termes de transmission d'informations, ils ont été frittés pour définir l'outil de base : un plan de communication, prenant en compte le comportement des individus Pour une petite entreprise, ils montrent «La communication interne a pour rôle de donner du sens pour favoriser l'appropriation, donner de l'âme pour favoriser la cohésion et inciter chacun à mieux communiquer pour favoriser le travail en commun »²⁰

➤ L'étude de L. DEMONT et A KEMP sur la communication :

Dans leur publication intitulée communication des entreprises L. DEMONT et A KEMP (2005), la communication d'entreprise est définie en termes généraux : elle s'intéresse à tous

¹⁹ Ibid p461.

²⁰ DETRIE, Philippe BROYEZ Catherine, La communication interne au service du management, 2001 http://www.memoireonline.com/01/10/3077/m_Le-role-de-la-communication-interne-en-entreprise--cas-de-la-compagnie-de-filature-et-de-sacherie-C0.html, consulté le 28mars2023

Les modes de communication « à l'intérieur et à l'extérieur » d'une entreprise, elle cherche un but, un but. Elle doit alors articuler judicieusement l'ensemble des moyens retenus pour Assurer la cohésion et développer les synergies entre ses moyens. Puis, ils proposent un plan de stratégie de communication interne. Ils commencent par une analyse faite dans une entreprise qui porte sur les informations opérationnelles, motivantes, le baromètre du climat social et l'image interne. Ensuite proposent un diagnostic qui révèle les forces et les faiblesses. Des solutions sont proposées afin de résoudre les problèmes : l'amélioration de la circulation de l'information, développement de l'information ascendante, fédération, intéressement, Motivation et mobilisation du personnel. Enfin, des objectifs sont fixés afin de réaliser la stratégie en informant, échangeant, fédérant, et motivant le personnel²¹

➤ **Béatrice VACHER (1997)**

Dans son livre intitulé *la Gestion de l'information en entreprise* déclare qu'en matière d'information et de communication en entreprise les responsabilités sont partagées : le personnel doit écouter, promouvoir des projets collectifs, coordonner et coopérer. Elle montre également que l'information et la communication sont des armes économiques pour l'entreprise en ce sens que les décisions sont prises de façon collégiale et concertée, car la société évolue vers une civilisation dominée par l'information et sa maîtrise est la clef de toute réussite en entreprise.

Enfin, elle termine en proposant des solutions : pérenniser et transmettre le patrimoine de connaissance qui s'est accumulé tout au long de la vie de l'organisation ; identifier les points sensibles, pas seulement au sens de l'activité, mais plus dans le sens de la compréhension collective des employés d'une même organisation. Ce document nous a permis de voir que dans une entreprise ou tous les aspects en matière d'information et de communication sont pris en compte, la coopération et la responsabilité de tout le monde dans l'entreprise est beaucoup plus aisée. Elle montre ainsi le rôle combien important de la communication en entreprise. Cependant, les différents moyens de communication et d'information utilisés pour arriver à une telle coopération dans l'entreprise n'ont pas été abordés.

²¹DEMONT. L et Kemp. A : Communication des entreprises, 2005.
<http://www.memoireonline.com/01/10/3077/Le-role-de-la-communication-interne-en-entreprise--cas-de-la-compagnie-de-filature-et-de-sacherie-C.html> consulté le 28mars2023

- **Sabine HURLER** (2003) dans son livre intitulé la communication corporate montre comment l'entreprise plus sociable est soutenue par des nouveaux professionnels est devenue plus communicante. Elle met en exergue le fait que dans l'entreprise les salariés ou encore les employés doivent prendre la parole sur leur métier, leur stratégie, car rester muet représente de réels dangers. Elle met aussi l'accent sur le fait que toute organisation humaine doit prévoir une direction de la communication, pour que celle-ci facilite les relations entre l'entreprise et son environnement, pour qu'elle soit aussi évangélisatrice au sein de sa structure mais également à l'extérieur c'est elle qui donnera corps à la stratégie de communication de l'entreprise. En somme la direction de la communication sera le chef d'orchestre c'est-à-dire le service qui comprend des problématiques différentes et qui sait les résoudre. Ce document est d'un apport considérable pour notre recherche en ce sens qu'il montre l'importance d'un chargé de communication dans toute organisation humaine.

Etude N : 1

➤ **La socialisation organisationnelle :**

Un ouvrage unique sur la pratique de la socialisation organisationnelle est Van Maanen et Schein²². Ce travail s'inscrit dans un courant de recherche plus large La socialisation organisationnelle est définie comme le processus par lequel une personne apprend les valeurs, les normes et les comportements requis qui font de lui un membre de l'organisation organisée. En effet, leur typologie des stratégies de socialisation organisationnelle vise à Observer depuis la scène de la police et de l'armée. Caractéristique est très forte sa structure Organisationnelle et son management, dans le but de définir la stratégie socialisation la plus prononcée, dans un échantillon de 200 personnes Approche qualitative basée sur des entretiens semi-directifs Beyond van Maanen (1978) et Schein (1979), ont trouvé une série de six paires de Pratiqué en contexte de socialisation, présenté sous forme bipolaire :

- Individuellement ou collectivement : les nouveaux embauchés sont intégrés individuellement et partent Par conséquent, dans une organisation ou une équipe

(processus collectif), le modèle est suivi Un grand nombre de nouveaux arrivants s'y sont joints.

- Formelles ou informelles : Dans le cas formel, les nouveaux suivent des formations Pour apprendre leur métier, en étant séparés des plus anciens. Dans le cas informel, ils sont formés sur le tas avec les plus anciens.
- Séquentielles ou aléatoires : dans le premier cas la socialisation se fait par étapes prédéfinies par l'organisation pour faire aboutir la nouvelle recrue aux responsabilités qu'elle doit assumer avec un niveau de difficulté croissant. Alors que dans le second cas la nouvelle recrue reste un peu dans le flou car ces étapes ne sont ni définies ni ordonnées ce qui la met dans une situation d'ambiguïté de rôle.
- Fixes ou variables : les jeunes recrues sont intégrées selon un planning précis (Procédures séquentielles) ou bien en suivant leur propre rythme (procédures Variables).- En série ou disjointes : la nouvelle recrue imite la personne qui Occupait Précédemment son poste (procédures en série) ou bien il faut crée Son propre rôle Au cas où c'est un nouveau poste (procédures disjointes).
- D'investissement ou de désinvestissement : l'entreprise encourage la nouvelle recrue à affirmer sa personnalité (procédures d'investissement) ou lui impose de suivre fidèlement les comportements des membres de (procédures de désinvestissement).
- Série ou disjointes : la nouvelle recrue lors de son entrée à l'entreprise elle se guide par la personne qui occupe le poste avant lui (procédure série) ou bien s'il n'a pas de procédure à suivre dans son poste, il peut y trouver l'occasion d'être inventif²³

Etude n : 2

➤ Baker et Feldman 1991

« Les liens entre management des ressources humaines et les stratégies des entreprises » 120 échantillons Des personnes de différentes entreprises aux États-Unis d'Amérique, utilisant une technologie qui est Questionnaire pour identifier les pratiques organisationnelles. Elle Appartient à la théorie du hasard qui, dans Stratégie. Ces auteurs fournissent un travail Conceptuel basé sur une base empirique post-hoc pour les forces de lien suggérées. Baker et Feldman ont proposé un processus en trois étapes Veiller à ce que les pratiques de

²³ GUERFEL (Hendal), EL ABBOUBI (Manal) et EL KANDOSSI (Fatima) .la **socialisation organisationnelle des nouvelles recrues**. RIMHE, Revue Interdisciplinaire sur le Management et l'Humanisme 57 n°4, Les Jeunes et le Travail, novembre/décembre 2012, P63.

socialisation soient utilisées de manière à favoriser le succès Stratégie commerciale : n° 1 Identification de la stratégie commerciale à poursuivre (33 %), n° 2 Identifier les types de comportements de travail nécessaires pour réaliser la stratégie (34 %) et 3ème développer le programme de socialisation le plus apte pour produire le type de comportement désiré (33%) pour identifier des orientations de rôle des nouveaux qui facilitent chaque type de stratégie de l'entreprise, Baker et Feldman s'appuient sur le modèle de Schuler et Jackson (1987) qui relie les trois types de stratégies (stratégies d'innovation, stratégies d'amélioration) Qualité des produits et stratégies de réduction des coûts).²⁴

Les résultats du modèle de Baker et Feldman (1991) permettent d'identifier la pratique Favoriser la socialisation organisationnelle du positionnement de rôle des nouveaux arrivants Avec l'adéquation de la stratégie envisagée.

A notre connaissance, Baker et Feldman (1991) ont proposé un modèle pour identifier Orientation du rôle des éléments adaptatifs et des pratiques de socialisation organisationnelle Le contexte, c'est-à-dire la stratégie concurrentielle de l'entreprise.

Etude n : 3

➤ **« L'impact de la socialisation organisationnelle sur l'intégration au travail des nouveaux diplômés »**²⁵

Cette étude de master en science sociale option sociologie du travail et des ressources humaines, porte sur l'impact de la socialisation organisationnelle sur l'intégration au travail des nouveaux diplômés L'entreprise privée CAAT de Bejaia, l'entreprise d'assurance, réalisée par DAVA Crisalda et MAJOR Clementina à l'université de Bejaïa en 2014/2015 la problématique de sa recherche est: « découvrir l'impact de la socialisation organisationnelle sur l'intégration au travail des nouveaux diplômés » Cette problématique est sous entendue par un ensemble de questions secondaires à savoir :

- Comment permettre aux nouveaux recrutés d'arriver à une meilleure Socialisation organisationnelle et intégration dans l'entreprise ?
- Durant le processus d'accommodation, quelle est l'influence du contrôle des
- Tâches sur la satisfaction au travail du diplômé ?

²⁴Www. Cairn. Info. Fr. /PDF. Bargues EMILE P :06

²⁵ DAVA Crisalda et MAJOR Clementina « L'impact de la socialisation organisationnelle sur l'intégration au travail des nouveaux diplômés » réalisée à l'université de Bejaïa en 2014/2015

Vue de cerner leur problématique, ils ont émis deux hypothèses pour bien mené leurs recherche :

- Les nouveaux diplômés s'intègrent dans leur milieu professionnel en développant une stratégie individuelle basée sur la recherche de l'information afin de préciser leur rôle au sein de l'organisation.
- La satisfaction au travail est un sentiment qui résulte de l'appréciation personnelle, et d'une évaluation complexe des relations entre un personnage (soi-même) avec une situation vécue

La partie théorique de cette étude se compose de deux chapitres, le premier sur la socialisation organisationnelle et le deuxième sur l'intégration au travail L'étude a utilisé la méthode qualitative à travers des entretiens destinés à des les différentes catégories socioprofessionnelles de l'entreprise Selon l'analyse des données pour les questions adoptées.

Les résultats de l'étude :

- **Première hypothèse :**

Ainsi, d'après les résultats, il nous est possible de vérifier notre première hypothèse qui considère que « Les nouveaux diplômés s'intègrent dans leur milieu professionnel en développant une stratégie individuelle basée sur la recherche de l'information afin de préciser leur rôle au sein de l'organisation. »

Nous avons éclairé que les nouveaux diplômés utilisent tous les moyens pour arrive a une bonne socialisation dans le but d'accomplir un bon travail et s'intégré rapidement. Notre enquête a prouvé que la majorité de nos enquêtés trouve que la maîtrise totale de la tâche ainsi que l'expérience acquise auparavant (l'apprentissage personnel), les aide énormément a arriver à une bonne socialisation organisationnelle. L'apprentissage est pour sa part soumis aux années d'expériences passées dans le travail, ces dernières créent, sans cesse, de nouveaux rapports entre les nouveaux et les anciens employés et c'est à travers cette Dynamique relationnelle que se prononce de plus en plus le rôle de l'individu dans L'organisation. Nous sommes arrivés presque aux mêmes résultats de LACAZE 2000 en ce

Que concerne l'option « *apprendre par la pratique* ». L'expérience dans le travail à une grande importance dans la maîtrise de la tâche et l'apprentissage acquis contribue dans la réalisation de la tâche

- **Deuxième hypothèse :**

En ce qui concerne notre deuxième hypothèse, qui est «La satisfaction au travail est un sentiment qui résulte de l'appréciation personnelle, et d'une évaluation complexe des relations entre un personnage (soi-même) avec une situation vécue ». On trouve que nos enquêtés se sont facilement intégrés dans le travail à travers le suivi et l'orientation assuré par

L'entreprise durant le période d'essai. Nous signalons que la gestion de cette phase dépend des aptitudes de l'individu à s'intégrer ainsi que des moyens mis en place par l'organisation.

D'après les informations données par les interviewees, nous constatons que leur intégration était grâce au suivi durant cette période, car la CAAT assure le suivi et l'orientation des diplômés durant cette période d'intégration, ce qui va faciliter leur socialisation. Nous constatons que la plus part des enquêtés n'ont pas pris beaucoup de temps pour s'intégrer dans le groupe de travail, cela s'explique par les degrés d'importance donnée au sujet de socialisation et intégration au travail dans l'entreprise CAAT. Nous avons constatés aussi, durant notre entretien avec les nouveaux diplômé, qu'ils se sont intégrés avant même la fin du période d'essai. Ils déclarent aussi que cette période est passe rapidement. Ceci est dû, peut-être, au climat d'entente entre les membres de groupe et aux mécanismes mis en place pour aider le nouveau diplômé à s'installer et à s'adapter à l'environnement de l'entreprise.

Vue les réponses obtenues, on peut dire que notre hypothèse est confirmée. Au terme de ce chapitre, deux domaines importants retiennent notre attention : le premier concerne le façonnement de l'environnement de travail avec lequel le nouvel employé doit évoluer, cet environnement, composé essentiellement des employés qui interagissent avec les nouveaux diplômés, à un impact direct sur l'implication sociale (à l'intérieur de l'organisation) de ces dernières, cette implication est le résultat de l'évolution positive des relations entre collègues de travail et de l'expérience professionnelle dans la CAAT, elle offre un critère de statut légitime au poste occupé par les nouveaux membre de la CAAT. Ce même statut est soumis à un double évaluation, personnelle et environnementale, Cette dernière semble être l'élément Déclencheur d'une stabilité dans le poste occupé et qui, par la suite, permettra aux nouveaux diplômés d'orienter significativement leur comportement vers un apprentissage plus ciblé.

Etude n : 4²⁶

➤ « L'impact de La socialisation organisationnelle secondaire sur les nouvelles recrues »
Cette étude de master sociologie du travail et ressources humaines au sein de l'entreprise IFRI, réalisée par SADOUNE Naouel Et REZZOUG Fouzia à l'université de Bejaia en année 2014/2015, la problématique de sa recherche est d'écouter « L'impact de La socialisation organisationnelle secondaire sur les nouvelles recrues » Cette problématique est sous entendue par un ensemble de questions secondaires à savoir :

- Quelles sont les stratégies de socialisation organisationnelle émises par l'entreprise Pour intégrer ces nouvelles recrues ?
- Quelles sont les prédispositions nécessaires pour l'adaptation des nouveaux salariés ?

Vue de cerner leur problématique, ils ont émis deux hypothèses pour bien mener leurs recherches :

- La stabilité et la performance des nouveaux salariés dépendent des programmes d'intégration, formation et d'accompagnement mis en œuvre par l'entreprise dans leur socialisation.
- La réussite de la socialisation secondaire du nouveau salarié impacte sur son Autonomie et ses relations interpersonnelles avec les collègues de travail.

L'étude a utilisé la méthode qualitative à travers des entretiens destinés à des différentes catégories socioprofessionnelles (les cadres, les agents de maîtrise et les d'exécutions) de l'entreprise.

Les résultats de l'étude :**• La première hypothèse :**

D'après les résultats obtenus on constate, que la majorité des enquêtés d'où on note que 70% dévoilent que l'entreprise IFRI s'investit dans le temps et le coût afin d'offrir les meilleures conditions nécessaires d'intégration et de socialisation des nouvelles recrues. Qui se présente sous forme, de programmes d'intégration (du premier jour d'accueil du nouveau arrivant jusqu'au jour d'atteindre sa stabilité et sa socialisation au sein du groupe De travail), ainsi que

²⁶ SADOUNE Naouel Et REZZOUG Fouzia « L'impact de La socialisation organisationnelle secondaire sur les nouvelles recrues » au sein de l'entreprise ifri en année 2014/2015

les programmes de formation pour garantir l'adéquation entre la personne et les exigences du poste occupée pour arriver à une bonne performance. Sachant que les salariés nouvellement recrutés, disposent d'une expérience professionnelle au par avant, ce qui veut dire qu'ils ont vécu les mêmes conditions d'intégration et de socialisation dans les anciennes entreprises, mais qui sont différentes de la nouvelle entreprise, de là on note que 65% de ces derniers divulguent que les méthodes soumise pour l'intégration et la socialisation des nouvelles recrues sont peu efficaces, pour la seule et unique raison qui freine les entreprises algériennes dans leur décision d'intégrer et de former, il s'agit du coût, lorsque la nouvelle recrue est suivie d'un départ, se traduit par une perte pour l'entreprise. De là elle préfère laisser le salarié se débrouiller seul (laisser faire), d'où on constate que 50% des interrogés optent pour cette politique. Concernant le processus de socialisation secondaire, les nouveaux collaborateurs admettent que leurs premiers jours d'intégration dans la nouvelle entreprise c'est bien déroulé et ils procurent une satisfaction et motivation envers le travail, malgré que ces derniers n'ont pas eu la chance de visiter le poste occupé avant d'être recrutés avec un taux de 55%. Donc les méthodes d'intégration et de socialisation de l'entreprise IFRI qu'elle a mises au départ se voient comme efficaces. On finit par dire que les dispositifs d'intégration et de socialisation adoptés par une entreprise ont un impact direct sur la performance et la stabilité des nouvelles recrues, de ce fait l'hypothèse dite La stabilité et la performance des nouveaux salariés dépend des moyens mis en œuvre par l'entreprise dans leurs socialisations.

Deuxième hypothèse :

D'après les résultats obtenus on a constaté que la majorité des enquêtés trouvent que leur socialisation secondaire se déroule dans le sens que cela prédispose d'opportunités pour construire des liens relationnels dans le monde professionnel, d'où on remarque que 80% confirment que l'intégration d'une équipe de travail durant un temps partiel est le fruit résultant d'une bonne communication entre les membres du groupe et l'importance accordée aux premières réactions des collègues lors de l'arrivée d'un nouveau collaborateur, et l'influence de ce dernier sur le degré d'implication et de cohésion de l'acteur envers le groupe d'appartenance. On constate que l'expérience professionnelle est un facteur essentiel, qui permet non seulement d'avoir l'opportunité de mieux exercer les fonctions accordées à la nouvelle recrue. Mais aussi le pouvoir de reproduire des relations acceptables ou même excellentes avec les nouveaux membres de l'équipe du travail, d'où on note 75% des interrogés, authentifient que le chef hiérarchique avec son mode de commandement

participatif, exerce une influence directe et positif sur la socialisation secondaire des nouveaux collaborateurs, par le fait que ce dernier renforce la cohésion et l'empathie du groupe et accorde une chance pour le nouveau salarié de se socialiser une nouvelle foi par rapport au nouvel environnement. La nouvelle recrue et un acteur social qui adhère aux normes et aux valeurs professionnelle qui se manifestent concrètement dans ces manières de pensée, de sentir et d'agir, donc l'entreprise à la nécessité de comprendre les attentes et les valeurs personnelles des salariées afin d'améliorer leur degré de motivation et d'implication au travail. D'où en constate que 45% des enquêtés réaffirment que l'adéquation de leur valeurs avec celle de l'entreprise est un élément indispensable qui contribue non uniquement à une meilleure socialisation secondaire, mais aussi pour produire des comportements homogènes attachés aux objectifs de l'organisation et d'assurer la loyauté et engagement durable des nouvelles recrues. On fini par dire que la socialisation secondaire des nouvelles recrues de l'entreprise IFRI Est dite réussite avec un pourcentage de 60% qui se traduit par leur autonomie et les attitudes amicales envers les membres de l'équipe. De ce fait l'hypothèse dite La réussite de la socialisation secondaire du nouveau salarié impacte sur son autonomie et ses relations interpersonnelles avec les collègues de travail, s'avère confirmé.

Chapitre II: Cadre théorique

Partie 01 : La communication interne

Introduction de chapitre :

À travers les éléments que nous avons abordés, nous concluons que la communication interne est devenue un outil de gestion qui facilite le développement et la communication entre les employés au sein d'une entreprise. La communication interne joue un rôle important et ses moyens sont utilisés pour faciliter la circulation de l'information au sein de l'entreprise. La communication se développe ainsi dans le temps, devient plus importante que les autres fonctions de l'entreprise et aide la direction à gérer et résoudre les problèmes au sein de celle-ci.

I. Définition de la communication interne :

La communication interne concerne la gestion des messages de la direction à l'égard du personnel sous toutes ses formes²⁷

Pour Francis BALLE, la communication interne est l'action qui consiste en l'échange de messages à l'intérieur de l'entreprise par le biais du face à face, ou à distance, avec ou sans le recours d'un média²⁸

La communication interne peut se définir dans un premier temps comme l'ensemble des actions de communication destinées aux salariés d'une entreprise ou d'une organisation²⁹

La communication interne englobe l'ensemble des actes de communication qui se produisent à l'intérieur d'une entreprise. elle remplis de multiples fonctions : exposer (des résultats , un bilan) transmettre (des information ,un savoir , un métier) expliquer (une nouvelle orientation , le projet de l'entreprise) impliquer , motiver, préparer et accompagner le changement³⁰

²⁷ MAHIE DE BOICLANDELLE Henri, Dictionnaire de gestion, Vocabulaire, Concepts et outils, Paris, Economica ,1998,P :67

²⁸ BALLE Alain, Dictionnaire des médias, Paris , Larousse Bordas, 1998 , PP : 50,51.

²⁹ (DECAUDIN Jean-Marc, IGALENS Jacques), La communication interne « stratégies et techniques », DONUD, 3eme édition, 2013, p :01

³⁰ WESTPHALEN Marie-Hélène, Communicator , Paris,Dunod,2004,P :76

II. L’histoire et l’évolution de la communication interne

La fonction de communication interne remonte à plusieurs années. On dit aussi que la communication interne existe au sein d'une organisation qui n'a pas de structure ou de fonction liée à la communication interne.

La première période de communication interne a été étroitement associée à l'émergence des journaux d'entreprise il y a un siècle, puis à l'avènement des comités d'entreprise, obligeant le chef d'entreprise à informer ses Concernant la situation de l'événement et du personnel organisateur, nous avons également ajouté l'apparition du premier support d'information interne.

Entre 1968 et 1980 s'est imposée l'obligation d'impliquer et d'informer les hommes et la direction, qui ne concernait au début que les grandes organisations, et après 1982 le dynamisme de l'expression et l'obligation d'informer les salariés sur les efforts d'amélioration du contenu de l'entreprise, l'organisation et l'action de la conditions, auquel cas cette obligation s'applique généralement aux petites entreprises de plus de 200 salariés³¹

III. Les outils de communication interne

La communication d’entreprise est aujourd’hui devenue fondamentale pour une meilleure organisation, pour optimiser les performances et améliorer les conditions de travail, pour communiquer en a quelque outil :

III. 1 Les moyens écrits

Les moyens écrits sont à la fois l'un des éléments centraux des difficultés de communication interne et en même temps l'un des facteurs de succès.

- **Le journal d’entreprise :**

Un journal d'entreprise est un support régulier d'informations sur l'entreprise. Il peut prendre la forme d'un magazine, d'un journal, d'une newsletter, d'un clip audiovisuel ou d'un podcast.

³¹ DETRIE Philipe et BROYEZ Catherine, La communication interne au service de managent, 2eme éd de Liaisons, Paris, 2001, P 57

Son objectif est de donner à tous les collaborateurs un aperçu de la vie de l'entreprise. Ainsi, il peut parler des résultats économiques, des valeurs de l'entreprise, des décisions stratégiques

De la direction générale, du fonctionnement de la communication externe, de l'organisation d'événements ou de l'évolution de carrière.

Il peut être utile pour développer d'autres événements de la communication interne comme les départs ou les recrutements de nouveaux salariés. Des week-ends de motivation organisés en dehors de l'entreprise permettent de renforcer le lien affectif avec celle-ci³²

- **Flash d'information :**

Appelé aussi newsletter ou newsletter, Flash est un complément ou une alternative aux journaux à formule ou d'entreprise : il offre un excellent support par sa souplesse, sa facilité de mise en œuvre, sa rapidité de diffusion et ses prix très bas. Il existe en format électronique ou en version imprimée. Le plus souvent les deux : on voit fréquemment la lettre d'information diffusée en parallèle sur support papier via internet. Elle a pour vocation de répondre à des besoins d'information de manière rapide et factuelle.³³

- **Note de service :**

C'est le premier outil de communication de l'entreprise. Sa diffusion sous forme papier a désormais été supplantée par le courrier électronique, mais est encore parfois en vigueur pour montrer l'importance particulière attachée à de tels documents. Elle a pour objectif de fixer les règles du fonctionnement interne, de tracer les directives d'informer sur les orientations et les modifications juridiques, techniques ou commerciales. La note est clairement un instrument d'information descendante³⁴

- **Affichage :**

L'affichage est une technique de communication qui utilise les médias extérieurs dans les espaces urbains pour faire la publicité d'un produit, d'un service ou d'une marque à travers des

³²Philippe MALAVAL, Jean-Marc DECAUDIN et Christophe BENAROYA, Pentacom : communication théorie et pratique, éd Person Education, Paris, 2005, P590.

³³COBUT Eric et DONJEAN Christine, La communication interne, 2^{ème} éd de professionnelle, Belgique, 2015, P.153-154.

³⁴LIBAERT Thierry, La communication verte : l'écologie au service de l'entreprise, éd OIC, Naves(France), 2007, P146.

Affiches et des visuels publicitaires. Un panneau d'affichage, installé à côté de ceux de la direction, du comité d'entreprise et des organisations syndicales, pourrait être créé sur le thème des actions de l'entreprise envers. Il montrerait de manière indiscutable que l'entreprise en fait une priorité, et que ce n'est pas seulement l'augmentation des bénéfices qui est le moteur de l'activité industrielle.³⁵

- **Boite à idées :**

Les boîtes à suggestions sont une approche fondamentale qui est souvent négligée. Lieu privilégié d'exercice de la créativité des salariés, il peut mener à des découvertes intéressantes, Même si elles ne débouchent pas toujours sur des réalisations économiques. Dans tous les cas, les propositions retenues doivent être largement diffusées, car elles témoignent de la pleine adhésion des salariés aux objectifs de l'entreprise. Elles pourront s'accompagner de primes et leurs auteurs seront également valorisés dans les brochures internes³⁶

III.2 Les moyens oraux :

Selon Nicole d'Almeida et Thierry Libérât « l'oral est l'outil de communication interne le plus ancien. Il connaît actuellement un profond renouvellement qui le fait apparaître comme le plus efficace des moyens »³⁷

- **L'entretien :**

L'entretien est une situation de communication orale, l'un est l'enquêteur et l'autre l'enquêté (plus rarement un groupe). Les données recueillies sont essentiellement des opinions, des motivations c'est-à-dire des informations qualitatives. Il s'agit d'une situation d'interaction et d'influence verbale réciproque entre deux Personnes ou plus qui se trouvent en contact direct en fonction d'un objectif préalablement Fixé. C'est une opportunité pour faire comprendre et

³⁵ LIBAERT Thierry, Op.Cit, P145

³⁶ibid

³⁷ Nicole D'Almeida, Thierry Libaert, la communication interne de l'entreprise, 4eme édition Dunod, Paris, 2002, p62

Accepter un message mais aussi pour Créer un climat de confiance et pour (re) motiver les collaborateurs³⁸.

- **Les réunions :**

Premier outil de communication interne utilisé par la quasi-totalité des entreprises, Les réunions sont l'outil le plus utilisé et le plus décrié. Il est constatée qu'un cadre passe Plus de la moitié de son temps de travail en réunion et cette part peut s'accroître Considérablement selon le type d'activité et la place du cadre dans l'organigramme de L'entreprise³⁹

III.3 Les moyens techniques :

L'évolution actuelle de la communication interne se caractériser par deux éléments, D'abord une demande de « sens » émise par les salariés sur leur travail qui incite la direction À développer de nouveaux outils, et d'autre par l'utilisation qui se généralise des nouvelles Technologie de la communication au service du dialogue dans l'entreprise⁴⁰

- **Le Journal téléphonique :**

Journal téléphoniques ou lignes ouvertes aux employés. C'est le message Audio, accessible à chaque employé via un numéro de téléphone interne où indépendamment de Ce qui est intéressant avec ce média, c'est qu'en plus de sa légèreté, de sa rapidité et de son attrait, il peut L'interaction est également autorisée.⁴¹

- **Les vidéos internes :**

Les vidéos internes se sont révélés être de puissants facteurs de communication interne .Il s'agit de séquences tournées à l'intérieur de l'entreprise, le plus souvent par les équipes de communication interne : elles illustrent l'actualité de l'entreprise, ses moments forts, dépeignent le portrait de collaborateurs qui se sont distingués par des actions intéressantes,

³⁸ COBUT Eric et DONJEAN Christine, Op.cit, p 156.

³⁹D'ALMEIDA Nicole et LIBAERT Thierry, Op.cit, p 67

⁴⁰ Ibid, p 63.

⁴¹ COBUT Eric et DONJEAN Christine, Op.cit, p 160.

Qui quittent l'entreprise ou y entrent, diffusent les messages managériaux ou des interviews, évoquent l'histoire de l'organisation à travers des figures emblématiques,⁴²

- **L'intranet :**

L'intranet est un réseau informatique utilisé à l'intérieur d'une entreprise ou de toute Autre entité organisationnelle utilisant les techniques de communication d'internet. L'intranet Est comme une bibliothèque de données disponibles pour les utilisateurs qui y ont accès. Il fait Gagner le temps précieux et garantit que l'information circule vers tous les utilisateurs Concernés.⁴³

IV. Les objectifs de la communication interne

L'usage de la communication dans les entreprises laisse penser que la raison en est de nombreux types de. Une entreprise doit être un lieu d'échange entre différents acteurs, donc, Nous communiquons pour agir (commander...) et réagir (signaler...), ou pour informer et Informer, former, persuader (justifier les actions prévues), restaurer une atmosphère de confiance et de sérénité, et participer à la création de l'action collective, malgré les Des tâches sont assignées, mais les objectifs restent les mêmes, c'est-à-dire progrès et Le développement de l'entreprise, puis le rôle d'une bonne communication interne, émerge alors Pas seulement indispensable. Ainsi, on peut regrouper les objectifs de communication interne Comme suit : Informer et expliquer, fédérer et motiver, dynamiser la vie organisationnelle.

Informer et expliquer :

Tout en définissant entre communication et information, la communication interne a Rôle clé joué, notamment dans la présentation de la vision, des défis à un public interne Stratégie organisationnelle, orientation professionnelle, système de rémunération et Amortissement... Ces informations, accompagnées des explications nécessaires, constituent Répondre aux besoins du personnel en informations pertinentes et utiles Se positionner en premier dans le Système et donner du sens à ses actions tout en connaissant ses Concentrez vos efforts sur les objectifs généraux du système.

⁴² COBUT Eric et DONJEAN Christine, Op.cit, p 162

⁴³ Ibid, p 165.

Motiver et fédérer :

Si nous nous intéressons aux aspects personnels de la motivation, tout le monde veut Pensez psychologiquement et professionnellement. Est dans cette logique C'est l'enjeu de la communication interne qui doit favoriser le dialogue Permettre à chacun de s'exprimer, d'imaginer, de créer et de communiquer, et à travers Alors changez vos habitudes et combattez la résistance au changement. Selon Nicole D'Almeida et Thierry Libaert « l'image que le salarié a de son entreprise des qualités requises pour y réussir et de son fonctionnement global conditionne en grande partie la motivation et l'implication de chacun»⁴⁴

Animer la vie organisationnelle :

Communiquer en interne en mettant en relation des individus, des groupes et des organisations En générant des flux et en transmettant travail au quotidien entre les différents acteurs de l'organisation, ce qui permet d'éviter Routine et stagnation qui impactent négativement la productivité individuel et collectif. La communication interne peut aussi selon Nicole d'Almeidaet Thierry Libaert « la communication interne accompagne le projet socio-économique de l'entreprise dont elle présente les objectifs réels »⁴⁵

V. Les formes de communication interne :

La communication interne est l'un des facteurs qui permettent de prédire le succès d'une entreprise. L'organisation de la communication interne peut être deux types :

V.1 Verticale

Descendante quand l'information vient de la direction à destination des chefs de service et des salariés Ascendante quand l'information part de la base pour aller au sommet.⁴⁶

⁴⁴ - Nicole D'Almeida, Thierry Libaert, la communication interne de l'entreprise, 4eme édition Dunod, Paris, 2002 P 29

⁴⁵ Ibid P :26

⁴⁶ (BRENNEMAN R, SEPARI. S), économie d'entreprise, DUNOD, paris, 2001, p206

V.2 Horizontal

Quand la communication est organisée entre personnes d'un même niveau hiérarchique. Par ailleurs à côté d'une communication formelle (c'est -à-dire prévue et organisée selon des procédures strictes), la communication peut être informelle entre des personnes sans lien hiérarchique

VI. Le processus de la communication

Le processus de la communication correspond les éléments suivants :

- **émetteur** : L'émetteur a eu l'idée d'envoyer un à quelqu'un d'autre L'intention est dans le message, qui représente la source, un organisme qui produit le message Informations pour les destinataires
- **Codage** : L'émetteur encode d'idée ; il la transforme en un langage composé de symboles, de signes ou de mots, les symboles doivent être choisis pour leurs pertinence et leurs capacité de transmettre adéquatement l'idée initiale⁴⁷
- **Le message** : l'information sélectionnée est codé par un émetteur (véhiculé par un support et transmis à un canal) destiné à un récepteur susceptible de la Décoder, le contenu de l'information est exprimé sous la forme de message Verbal et non verbal.
- **Le canal** : Le message emprunte le canal choisis pour sa diffusion. Le canal est le moyen de transmission du message. Les organisations fournissent L'information aux employés à travers différents types de canaux comme la Réunion, les appels téléphoniques, les notes de services. la richesse du canal Correspondent à sa capacité de transmettre le véritable contenu du message au Récepteur Ainsi, plus le canal choisi pour transmettre le message est riche, plus Il est probable qu'il transmettra le contenu du message.
- **Le récepteur** : le récepteur est la personne ou le groupe (destinataire du signal Ou de l'information) a qui le message destiné et susceptible de les décodés.
- **Le décodage** : la phase du décodage est essentielle, car c'est à ce moment que La communication prend un sens. Si le récepteur ne comprend pas le message Toute la Communication aura été inutile. Encore une fois, l'aptitude, la Communication, le

⁴⁷ SHIMON Dolan, Psychologie du travail et comportement organisationnel, 2ème édition, Gaétan Morin éditeur, Canada, 2002, p153.

Système socioculturel de récepteur entretient un jeu au moment de l'interprétation du message.⁴⁸

- **Le bruit** : on définit le bruit comme tout facteur pouvant déformer la signification du message. En milieu du travail, les interférences peuvent être préférables. Telles que les caractéristiques individuelles, les moyens de transmissions du message, la composition de la main-d'œuvre et sa stratification hiérarchique.
- **La rétroaction** : Le destinataire a reçu le message et lui attribué une signification lui permettant de l'utiliser. Le cycle peut maintenant être complété par la réaction du destinataire. En effet, il ne peut pas y avoir de communication véritable si le récepteur ne communique pas à l'émetteur sa compréhension du message pas le biais de la rétroaction, le récepteur montre qu'il a interprété le message conformément ou non aux intentions de l'émetteur. La rétroaction permet donc de réduire les erreurs de compréhension et d'interprétation que le bruit aurait favorisées. Ainsi, grâce à la rétroaction, la boucle de communication bidirectionnelle est complétée.⁴⁹

VII. La stratégie de la communication interne

Il s'agit d'un ensemble d'actions planifiées et coordonnées afin d'assurer la fluidité de la transmission d'informations au sein d'une organisation. Elle peut être définie par le top management, par les ressources humaines ou par un service dédié. Au même titre qu'un business plan, la stratégie de communication interne fournit un cadre permettant à chacun des acteurs de comprendre son rôle et sa mission. « La stratégie consiste à déterminer les objectifs et les buts fondamentaux à long terme d'une organisation puis à choisir les modes d'action et d'allocation des ressources qui permettront d'atteindre ces buts et objectifs »⁵⁰

Une stratégie de communication est donc une condition nécessaire pour trois raisons majeures:

⁴⁸ *ibid*, p53.

⁴⁹ SHIMON Dolan, *op.cit*, p154

⁵⁰ (CHARONI Jean Luc, SEPARI Sabrina) , Manuel Application " organisation et gestion de l'entreprise " , 2ème édition DUNOD ,Paris , 2001, p : 326

a)-elle est un instrument déterminant de cohérence entre les objectifs de communication, les objectifs de marketing, et les objectifs stratégiques d'organisation.

b)- elle est un instrument déterminante continuité dans la mesure où elle définit les choix fondamentaux et permanents de la communication.

c)- elle est un instrument de contrôle puisque l'on ne peut apprécier les résultats de l'action communicationnelle qui si l'on a préalablement défini les objectifs. Le questionnement qui précède toute stratégie de communication est le suivant:

- quoi: quel produit, service, action, veut-on promouvoir ?
- pourquoi : quels sont les objectifs ? (type d'objectifs : de notoriété, commerciaux...)
- a qui: auprès de quelles cibles? (définition des cibles, et de leurs freins et motivations.)
- combien : quel budget est-il alloué ?
- comment : par quels moyens - adaptés à chaque cible, et en fonction du budget
- quand : selon quel planning
- de qui : Qui est le porte- parole des messages de l'organisation?

VIII. Les théories de la communication

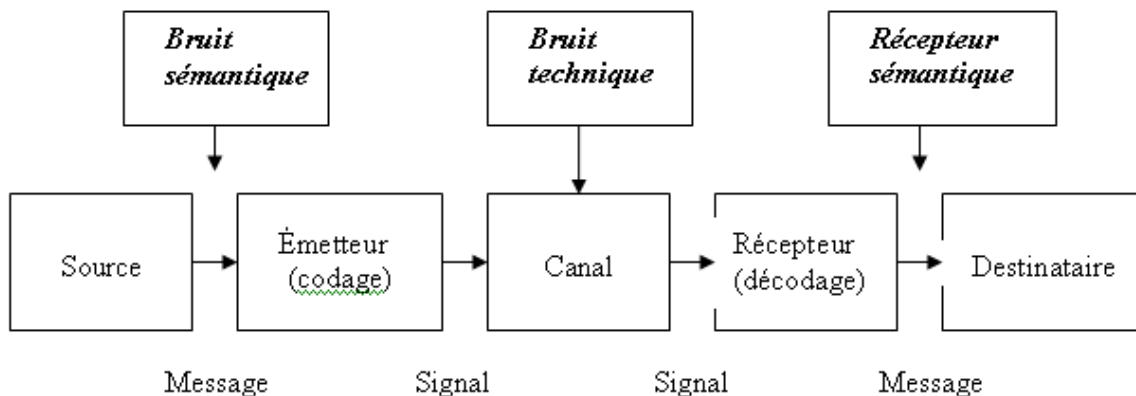
L'histoire des théories de la communication remonte au début des années 1940. À l'époque, une relation commence à s'établir entre les hommes et les machines et les théories ont pour but de structurer cette relation.

VIII.1 Le Modèle de Shannon et Weaver ⁵¹

Shannon et Weaver (1948) nous font part d'un modèle de communication plus moderne apparu après la seconde guerre mondiale. Pour ces derniers la communication réside dans la transmission des informations. Weaver (1948) met en évidence que la communication est à l'origine de la vie sociale, l'évolution des connaissances et des comportements. Ci-dessus c'est un schéma dans lequel Weaver (1948) nous donne un aperçu du processus de transmission de l'information de l'émetteur (Franchiseur) et le récepteur (Franchisé)

⁵¹ SHANNON, C. ET WEAVER W. (1948). Théorie mathématique de la communication. s. 1., s. éd

Figure N° 01: Le modèle de shannon et weaver



Publié dans *théorie mathématique de la communication* (1948), de
 Claude Shannon et Warren
 Source : 'Communication, Olivier Moch-2011

Selon Shannon (1948),⁵² ce modèle de communication a pour avantage de mettre en évidence les facteurs qui vont perturber la transmission de l'information entre l'émetteur et le récepteur. Ceci dit ce modèle est centré sur la théorie du traitement de l'information. Nous avons pu remarquer que le modèle de Shannon et Weaver (1948)⁵³ suit le même logique que celui d'Aristote dans la communication du message transmis au 49 récepteurs, avec une différence qui est l'existence de différents facteurs internes et externes qui viendront perturber la transmission de l'information. Et nous pouvons constater aussi que le modèle présenté ci-haut, nous explique la façon logique par laquelle une information doit être transmise d'une Personne à une autre et cela en mettant l'accent sur les facteurs du codage et le décodage de l'information transmise

VIII.2 Le modèle Lasswell :

Proposé en 1948 par Harold Lasswell, il se présente sous l'apparence d'une formule didactique qui rappelle les concepts de Quintilien et Aristote : « *Qui dit quoi, à qui, au travers de quel medium, avec quel résultat ?* » Elle suppose que le processus d'influence et de

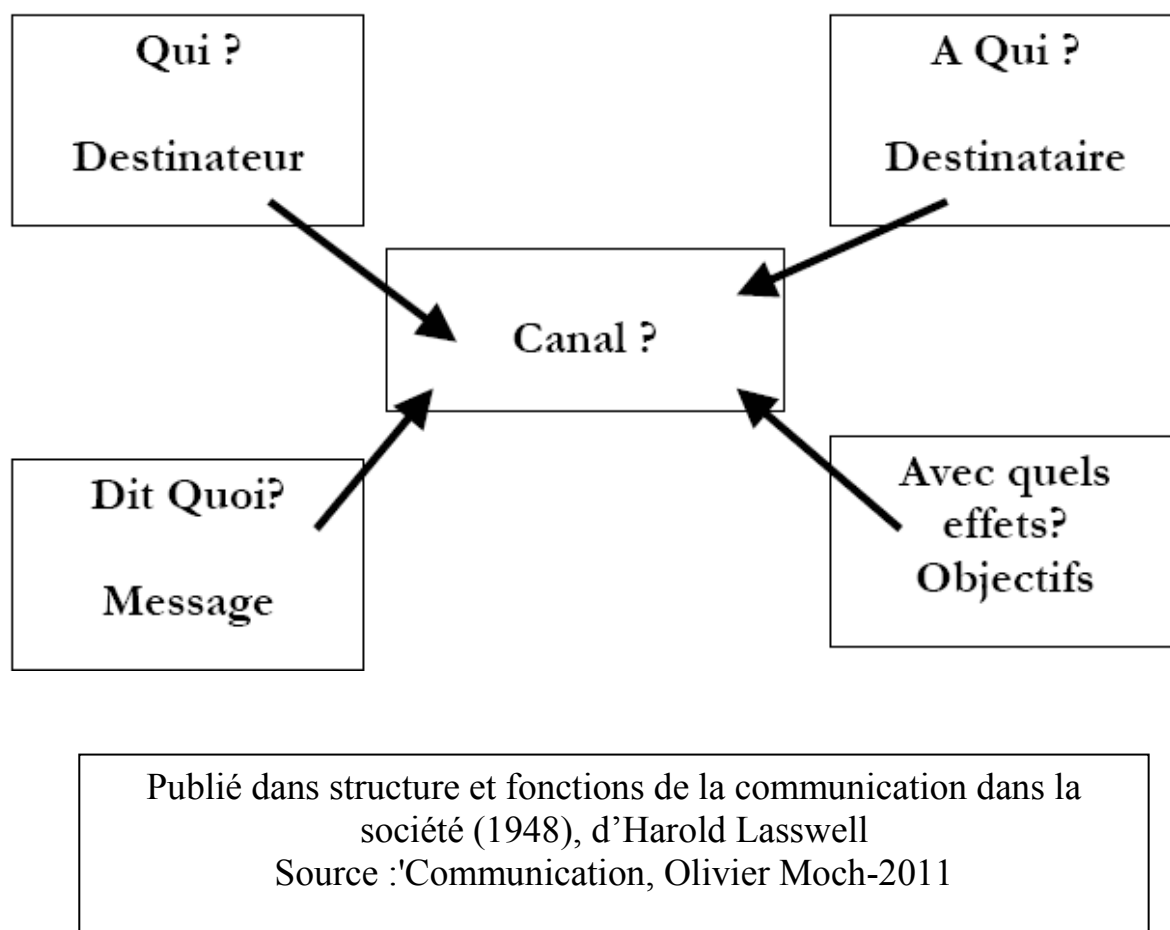
⁵²SHANNON, C. et WEAVER W. (1948). *Théorie mathématique de la communication*. s. 1., s. éd

⁵³Ibid

persuasion qu'est la communication est linéaire, via la transmission unidirectionnelle de messages.

Le Modèle de Lasswell étant fondé par l'un des pionniers de la communication moderne, ce dernier entrevoit la communication comme un processus d'influence et de persuasion. On. « Selon Lasswell (1948), ce modèle ne prend pas en considération tout ce qui est aspect de rétroaction ou feedback, mais définit le modèle comme étant un processus d'influence et de persuasion, ainsi il nous permet aussi de détecter l'intérêt essentiel de ce modèle, qui est de dépasser la problématique fondamentale de transmission de message mais nous permet d'envisager la communication comme étant un processus dynamique et primordial d'une suite d'étapes ayant chacune son importance »⁵⁴

Figure N° 02: Le modèle de lasswel



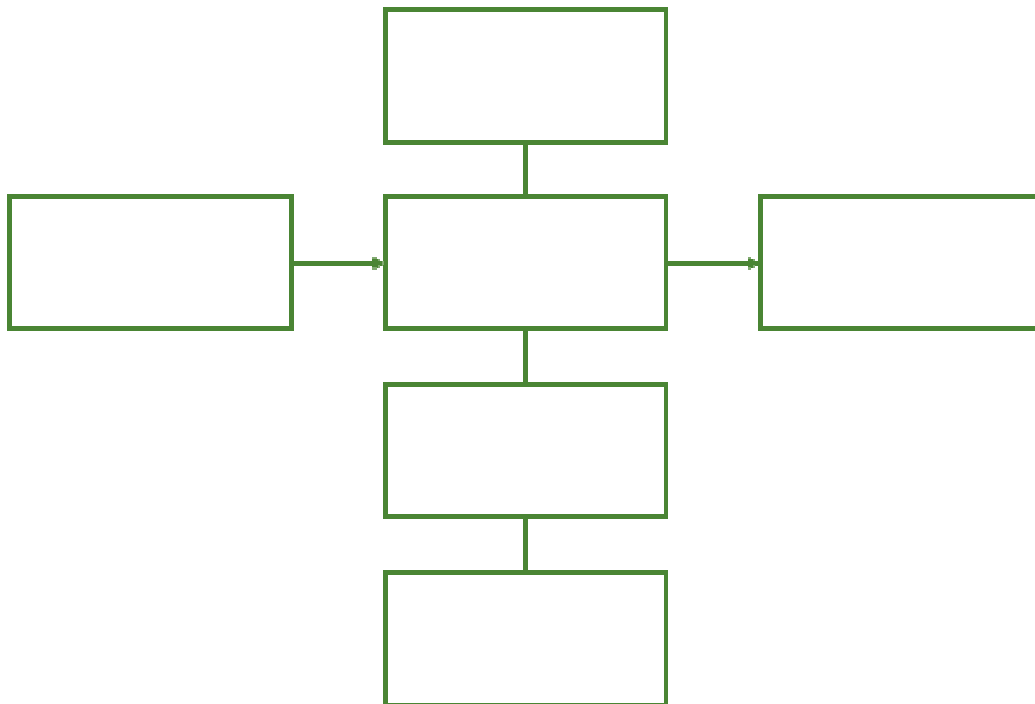
⁵⁴ LASSWELL, H. « L'analyse du contenu et le langage de la politique », Revue française de science politique, en ligne, nO 3 (1952), p. 505

VIII.3 Le modèle de Jakobson :

La théorie de Jakobson s'intéresse aux facteurs constitutifs du processus de communication linguistique, qui ne peut être réduit à la simple transmission-réception d'informations. Jakobson distingue six fonctions du langage nécessaires pour qu'il y ait communication. Le schéma de Jakobson décrit le fonctionnement entre les six facteurs qui influent sur la communication

« Le schéma de Jakobson est considéré comme étant un modèle décrivant les différentes formes de langages pouvant être utilisées par les acteurs formant le réseau »⁵⁵

Figure N° 03: Le modèle de Jakobson



Publié dans Closing statements : linguistics and poetics (1963) par
Roman Jakobson
Source: Communication, Olivier Moch-2011

⁵⁵ Techno-Science.net. La communication. Tiré de <http://www.techno-science.net/?onglet=glossaire&definition=4201> (Consulté le 13 mars 2023)

D'après Moch (2011), ce modèle a été développé en se basant sur des études faites par Karl Bühler (1960), et aussi en mettant l'accent sur certaines limites aux fonctions émotives, conatives et référentielle

Selon Moch (2011), ce dernier modèle est tiré d'une vision linguistique de la communication et serait liée surtout aux études faites par Berlo (1960) et Schramm 56 (1961). On n'oubliera pas de mentionner le fait que ce modèle donne une vision globale de la communication.

Conclusion de chapitre :

La communication interne est considérée comme une nécessité dont on ne peut s'en passer pour réaliser toutes les fonctions de l'organisation, planification, organisation, prise de décision, la surveillance. On ne peut pas imaginer le fonctionnement d'une activité sans la présence de l'information qui signifie en l'absence de la communication, comme apparaît son utilité à travers le temps que mettent les directeurs dans la communication. La fin de 20^{ème} siècle est considérée autant que l'époque de la communication que ce soit au niveau des techniques utilisées ou dans la quantité d'informations demandées pour les différentes activités, ce qui a beaucoup mené à appuyer l'importance de la communication, vu la rapidité de l'évolution, la complication et l'accru de volume des organisations, l'agrandissement de leur domination et exécutifs du travail. Ceci a mené la communication à s'éloigner de ses anciennes fonctions et de devenir autonome. L'organisation, en plus de son occupation de son grand public extérieur de clients, de fournisseurs, après avoir mis le plan stratégique de la communication extérieur, elle doit encore mettre un plan stratégique pour la communication interne destiné à son groupe d'employés pour assurer l'arrivée de l'information et à faciliter son transfert entre les différentes parties de l'organisation.

Partie 02: La socialisation organisationnelle

Introduction :

L'importance de la socialisation organisationnelle ne peut être surestimée car il s'agit d'une pratique fondamentale dans les organisations et les sciences de gestion modernes. Initialement centrée sur le maintien des valeurs, des normes et de l'identité d'une organisation, la définition de ce concept a évolué pour refléter le rôle actif de l'individu. La socialisation organisationnelle est désormais vue comme un double processus qui se produit lors des phases d'entrée ou de transition organisationnelle, impliquant la transmission et l'acquisition de connaissances et de compétences entre l'organisation et l'individu. Selon les fondateurs du concept, Van Maanen et Schein, il est défini comme la méthode par laquelle un individu acquiert les connaissances et les compétences sociales nécessaires pour assumer un rôle dans une organisation.

I. Les définitions de la socialisation organisationnelle :

La socialisation organisationnelle est « le processus d'apprentissage des « ficelles » d'un emploi, d'endoctrinement et de formation, le processus par lequel un individu reçoit l'enseignement de ce qui est important dans une organisation et dans les sous-unités »¹. Cette définition insiste sur l'endoctrinement que les organisations font subir aux nouveaux employés, en comparaison à l'endoctrinement des prisonniers de guerre, ou des sœurs religieuses. De plus, le salarié n'a pas un rôle actif dans le processus, sinon recevoir l'enseignement de ce que l'entreprise décide de lui apprendre.

La SO se définit comme le processus par lequel on enseigne à un individu, et par lequel cet individu apprend « les ficelles » d'un rôle organisationnel. Dans son sens le plus général, la

Socialisation organisationnelle est « le processus par lequel un individu acquiert la connaissance sociale et les compétences nécessaires pour assumer un rôle organisationnel »². Ces auteurs soulignent l'importance des connaissances sociales, et l'effort d'apprentissage pour s'intégrer. Ils précisent la nécessité de l'apprentissage du rôle et des relations sociales avec les autres salariés de l'organisation pour la réussite du processus de socialisation. La Définition de Van Maanen et Schein (1979) rompt avec L'approche de socialisation, dans laquelle l'organisation est le seul acteur de la socialisation. En effet, pour ces auteurs, pour

¹ Schein (1988) : "Organizational socialization and the profession of management", MIT Sloan management review, p :54

² Van Maanen, J.E. et Schein, E.H. (1979) : "Toward a theory of organizational socialization" P/03

que la socialisation soit efficace, l'organisation et ses membres doivent s'impliquer afin d'intégrer la nouvelle recrue. Pour Louis, la SO est « le processus par lequel un individu vient à apprécier les valeurs, les capacités, les comportements attendus et les connaissances sociales essentiels pour assumer un rôle et participer en tant que membre d'une organisation »¹

« La socialisation organisationnelle est un concept imprécis. Jusqu'à présent, que ce soit sur sa définition, son contenu ou la description de son processus, les chercheurs ne se sont pas accordés, si bien que les contours de la socialisation organisationnelle sont flous »²

II. Les étapes de la socialisation organisationnelle :

Analysée dans sa dimension temporelle, la socialisation organisationnelle peut être vue comme un processus d'apprentissage et d'intériorisation ponctué de trois étapes décrites ci-dessous :

II.1 La socialisation anticipée :

La première étape de la socialisation organisationnelle commence avant même d'entrer dans l'organisation, connue sous le nom de « socialisation anticipée ». Valeurs professionnelles Les nouvelles embauches peuvent être influencées par la formation initiale, mais aussi par Processus de recrutement et communications d'entreprise (Lacaze, 2007)

En ce moment, les recrues recherchent des informations, essaient de comprendre le fonctionnement de l'organisation pour comprendre si ces attentes sont conformes aux valeurs c'est. Le processus de recrutement jouera un rôle clé dans cette première étape, en ce sens qu'il Il s'agit de la première rencontre officielle entre l'organisation et l'employé potentiel. À ceci échange, L'entreprise véhicule de manière attractive des informations sur sa culture, ses normes Organisation pour informer les futurs collaborateurs, notamment pour l'attirer structure. De son côté, les futurs salariés en profitent pour confronter ses valeurs à celles de l'entreprise.

« La socialisation anticipée est donc un moment très important dans le processus de socialisation et peut influencer positivement ou négativement la prochaine étape du processus qui est l'entrée effective dans l'organisation »¹

¹ Louis, M.R. (1980) : "Surprise and sense making: What newcomers experience in entering unfamiliar organizational settings", *Administrative science quarterly* P229

² Fabre, C. (2005) : *Décentralisation à la Française. Critique et contribution à la mesure de la socialisation organisationnelle en recherche de gestion*, P 2

II.2 L'intégration :

La seconde étape est la plus cruciale, c'est le moment où le nouveau collaborateur se heurte à la réalité de l'entreprise. En effet, c'est la phase d'intégration qui commence avec l'entrée Effective de la nouvelle recrue. Celle-ci va devoir s'intégrer dans l'organisation à travers l'apprentissage des différents domaines de socialisation² (Lacaze, 2007). Lors de ce Processus, l'entreprise et le nouveau salarié doivent chacun jouer un rôle : l'organisation doit mettre en place des procédures de socialisation organisationnelle afin de faciliter les premiers pas dans l'entreprise du nouvel entrant, et celui-ci doit développer des tactiques individuelles pour s'intégrer, et être opérationnel rapidement³

II.3 Le management de son rôle :

La dernière phase est consacrée à la résolution de conflits. Ce « dernier stade est appelé management des rôles par Feldman (1976), acceptation mutuelle par Schein (1978) et adaptation par Louis (1980) »⁴.

Durant cette dernière étape, le nouveau collaborateur va Surmonter les conflits et ambiguïtés de son rôle, auxquels il est potentiellement confronté, à l'aide de l'acquisition D'une nouvelle identité professionnelle, de valeurs, et de comportements adaptés avec les normes organisationnelles de l'entreprise. Lacaze (2001) nous rappelle que la socialisation organisationnelle est un processus qui se déroule tout au long de la carrière d'un salarié (lors d'évolution de poste, reconversion de métier, changement d'entreprise, etc.), elle peut donc être analysée « comme un processus de transition de carrière »⁵ (Lacaze, 2001 : 100)

¹ GUERFEL-HENDA Sana, EL ABBOUBI Manal, KANDOUSI Fatima, 2012, « La socialisation organisationnelle des nouvelles recrues », Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise, n°4,P :61 62

² LACAZE Delphine, 2007, « La gestion de l'intégration en entreprise de service : L'apport du concept de socialisation organisationnelle », Management & Avenir, n°14

³ Ibid

⁴GUERFEL-HENDA Sana, EL ABBOUBI Manal, KANDOUSI Fatima, 2012, « La socialisation organisationnelle des nouvelles recrues », Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise, n°4,P : 62

⁵ LACAZE Delphine, PERROT Serge, 2010, L'intégration des nouveaux collaborateurs : Enjeux et outils pour le développement de l'entreprise, Dunod, Paris P :100

III. Les tactiques de socialisation dans les organisations :

La recherche sur la socialisation organisationnelle a mis en évidence Stratégies que les organisations déploient pour concevoir des processus d'adaptation nouveaux salariés (Bargues, 2012). Ces politiques permettent de Transmettre les valeurs, la culture, le savoir et Tous les éléments qu'ils jugent indispensables à leur intégration. Ces Les pratiques des petites entreprises sont souvent héritées du passé (Igalens et Roger, 2007), ou comme outil stratégique dans les grandes entreprises.

Van Maanen (1978) et Schein (1979)¹, ont repéré une série de six couples de pratiques présentées sous forme bipolaire : - Individuelles ou collectives : la nouvelle recrue est intégrée de façon individuelle et va donc suivre un modèle dans l'organisation, ou en groupe (procédures collectives) quand il y a un grand nombre de nouvelles recrues à intégrer. - Formelles ou informelles : Dans le cas formel, les nouveaux suivent des formations pour apprendre leur métier, en étant séparés des plus anciens. Dans le cas informel, ils sont formés Sur le tas avec les plus anciens. - Séquentielles ou aléatoires : dans le premier cas la socialisation se fait par étapes prédéfinies par l'organisation pour Faire aboutir la nouvelle recrue aux responsabilités qu'elle doit assumer avec un niveau de difficulté croissant. Alors que dans le second cas la nouvelle recrue reste un peu dans le flou car ces étapes ne sont ni définies ni ordonnées ce qui la met dans une situation d'ambiguïté de rôle.

- Fixe ou variable : intégrer les jeunes recrues selon un planning précis (programme séquentiel) ou à votre rythme (programme variable). - Tandem ou disjoint : les nouvelles recrues imitent les occupées Votre poste précédent (programme en série) ou vous devez créer votre propre rôle En cas de nouveau poste (procédure distincte).

- Investir ou désinvestir : l'entreprise encourage les nouvelles embauches maintenir leur individualité (procédures d'investissement) ou leur imposer de suivre Actes de loyauté envers les membres (procédure de désinvestissement). Jones (1986) a regroupé toutes ces procédures dans un groupe divisé en deux catégories Distinctes : procédures institutionnalisées et procédures individualisées. Ce Les pratiques institutionnalisées sont (individuelles, formelles, séquentielles, fixes, séries, investissements), ils nécessitent un strict respect des normes L'entreprise est fermement attachée à ses valeurs et à sa culture. Jones (1986) a constaté

¹ Van Maanen J., Schein E.H. (1979), Toward a Theory of Organizational Socialization, Research in Organizational Behavior, 1, 209

qu'En général, les procédures institutionnalisées facilitent une grande satisfaction Travail et engagement organisationnel et intentions de roulement réduites organiser. Les procédures de personnalisation sont collectives, informelles et non Apprentissage continu, variable, disjoint, désinvestissement et facilité Donnez aux jeunes recrues une grande autonomie dans le travail. D'après Anakwé et Greenhaus (1999)¹, les tactiques individualisées sont liées au niveau Il existe un niveau élevé de conflit et d'ambiguïté quant aux rôles que les nouvelles recrues devraient jouer. L'enjeu qui préoccupe les managers aujourd'hui est de trouver un juste équilibre entre un accompagnement trop formalisé qui empêche la créativité et l'innovation, et un accompagnement assez limité qui favorise le stress et l'intention de quitter prématurément l'organisation. Igalens et Roger (2007) tentent de proposer une solution en considérant le facteur environnemental de l'organisation comme essentiel dans le choix du type de procédure d'intégration. Selon eux, dans un environnement stable, l'organisation doit adopter un faible accompagnement tandis que dans un environnement instable, elle doit plus renforcer son accompagnement. Cependant, la limite de cette proposition est que la définition même de la stabilité ou de l'instabilité d'un environnement n'est pas précisée. Par ailleurs, selon Ashforth, Saks et Lee (1998), le choix du type d'accompagnement se fait en fonction de la taille de l'entreprise et son contexte organisationnel. En effet, les procédures formelles (institutionnalisées) Travailler uniquement dans des organisations qui profitent du statu quo C'est le rôle de l'innovation. De plus, selon Boussaguet, Louart et Mantione-Valero (2004)², les entreprises utilisant des programmes d'intégration très formels sont Entreprises de plus de 100 salariés dans lesquelles toutes les fonctions sont Définir formellement et organiser hiérarchiquement dans un organigramme. Traverser Ailleurs, nous avons constaté que les programmes de fusion sont collectifs, tant que S'il s'agit de plusieurs nouvelles recrues, les mêmes fonctions devront être exercées et qui a été recruté en même temps. Compte tenu des divers apports théoriques En lien avec la socialisation organisationnelle, nous nous intéressons aux éléments suivants Découvrez le modus opérande de son fonctionnement.

¹ Anakwe U. P., Greenhaus J. H. (1999), Effective socialization of employees : Socialization content perspective, *Journal of Managerial Issues*, vol. 11, n°3, p. 315-329

² Boussaguet S., Louart P., Mantione-Valero G. (2004), *Mesure de la socialisation organisationnelle d'un repreneur de poste ou d'entreprise*, Actes du 15ème Congrès de l'AGRH, Montréal

IV. Les modèles de socialisation

Pour déterminer le contenu du processus de socialisation, Plusieurs chercheurs se concentrent sur différents domaines de recherche Socialisation. Les générations successives de modèles développés dans ce sens ont permis de distinguer Les dimensions de la socialisation, qui peuvent ensuite mesurer le degré de socialisation individuelle. Tous les modèles proposés sont similaires dans la définition de ce qui est transféré Dans l'expérience de Socialisation, parce qu'elle est multi- Les dimensions sont plus ou moins indépendantes les unes des autres.

IV.1 Le modèle de Fisher (1986) :

La socialisation est un processus d'apprentissage et de changement. UN La question importante est de savoir ce qui a été appris et ce qui a été révisé. Dès qu'il arrive Il faut Savoir ce qui est important et de qui apprendre Fisher (1986)¹ résume en quatre points le contenu de cet apprentissage.

A. Les valeurs de l'organisation, les objectifs, la culture :

Le nouvel arrivant doit apprendre les règles, les relations hiérarchiques, le Système de rémunération et les autres caractéristiques de son organisation. Il doit aussi se familiariser avec la culture et les aspects informels de l'organisation. En internalisant les valeurs de L'organisation, le nouveau salarié atteint un certain niveau d'acceptation mutuelle qui lui permet de se rapprocher du cœur de l'organisation.

B. Les valeurs du groupe, les normes, le fonctionnement, les amitiés :

Le nouveau doit faire connaissance avec ses collègues, s'intégrer au groupe de Travail, comprendre les raisons du comportement des autres et adopter un comportement approprié. Découvrir les relations de pouvoir et les intérêts politiques de chacun fait également partie du processus de socialisation.

¹ FISHER CD, *Organizational Socialization : An Integrative Review*, Research in Personnel and Human Resources Management, Vol.4, 1986, 101-145. in : Delobbe Nathalie, Herbach Olivier, Lacaze Delphine, Mignonac Karim, *Comportement organisationnel, Volume 1 : Contrat psychologique, émotions au travail, socialisation organisationnelle*, Édition De Boeck, Bruxelles, Belgique, 2005, P279.

c. Comment faire le travail : Compétences et connaissances requises :

Même si le nouvel embauché est déjà formé pour occuper son poste, il doit encore apprendre les procédures, les règles, le jargon spécifiques à son lieu de travail. Il est aussi parfois nécessaire de développer certaines capacités physiques de rapidité, de précision, d'endurance, de force... Enfin, pour devenir efficace, la personne doit former ses propres schémas, ses propres cartes cognitives représentant l'enchaînement de ses différentes tâches.

d. Changement personnel relatif à l'identité et à l'image de soi :

Les nouvelles recrues ont besoin d'adapter leur identité à leur nouvelle situation de travail. Le processus se fait naturellement. En effet, au début de sa carrière dans une organisation, un individu apprend sur lui-même et établit ses "ancres de carrière"¹ : il découvre quels sont ses capacités et ses talents, ses motivations et ses besoins, ses attitudes et ses valeurs. Par la suite, l'individu oriente ses choix de carrière en direction de son image personnelle.

IV.2 Le modèle récapitulatif de Feldman :

Ce modèle est intéressant car il permet d'intégrer différentes théories sur la socialisation : attentes, réalisme, conflit de rôle, changement individus, adaptation à de nouvelles valeurs, accès à l'information... Liens et évolution temporelle de ces variables. Il fournit une image cognitive séquence de socialisation. Cependant, composé de nombreuses variables, ce modèle exposez-vous aux critiques sur les liens entre les variables. Par exemple, il semble incohérent la maîtrise de la tâche n'est pas liée à une bonne performance sur la tâche. Il présente également huit variables de comportements et d'attitudes, résultats de la socialisation : la maîtrise des tâches, l'ajustement aux valeurs du groupe, la bonne réalisation des tâches, l'intention de rester, l'innovation et la coopération, la satisfaction générale, la motivation au travail et l'implication au travail.

IV.3 Le modèle de Van Maanen et Schein 1979 :

Une pièce unique de pratique de socialisation organisationnelle est Van Maanen et Schein¹. Ce travail s'inscrit dans un courant de recherche plus large la socialisation organisationnelle

¹ Ibid.p280.

est définie comme le processus par lequel une personne apprend les valeurs, les normes et les exigences comportementales qui font de lui un membre de l'organisation. En effet, leur typologie de stratégie de socialisation organisationnelle vise à observer depuis la scène de la police et de l'armée. Caractéristique est très forte sa structure organisationnelle et son management, dans le but de définir la stratégie de socialisation la plus prononcée, dans un échantillon de 200 personnes. Méthode qualitative basée sur des entretiens semi-directifs. Beyond van Maanen (1978) et Schein (1979), ont trouvé une série de six paires de pratiques en contexte de socialisation, présenté sous forme bipolaire :

- Individuellement ou collectivement : les nouveaux embauchés sont intégrés individuellement et partent par conséquent, dans une organisation ou une équipe (processus collectif), le modèle est suivi. Un grand nombre de recrues ont été intégrées.
- Formel ou informel : Dans une situation formelle, les nouveaux arrivants reçoivent une formation. Apprenez leur métier, séparé des plus grands. De manière informelle, ils sont travaillés avec des personnes âgées pour la formation professionnelle.
- Séquentiel ou aléatoire : Dans le premier cas, la socialisation se fait par étapes prédéfinies par l'organisation pour diriger le nouvel employé dans ses responsabilités. Il faut supposer une difficulté croissante. Et dans le second cas, les nouvelles recrues sont encore un peu dans le flou car les étapes ne sont ni définies ni séquencées, ce qui la rend en cas de rôles ambigus.
- Fixe ou Variable : Intégrer les jeunes recrues selon un planning précis (programme séquentiel) ou suivez votre propre rythme (programme variable). En série ou disjoint : une nouvelle recrue imite celles qui l'occupaient auparavant avant libération (procédure en série) ou vous devez créer vos propres rôles 'il s'agit d'un nouveau travail
- D'investissement ou de désinvestissement : l'entreprise encourage la nouvelle recrue à affirmer sa personnalité (procédures d'investissement) ou lui impose de suivre fidèlement les comportements des membres de (procédures de désinvestissement).

¹ BERGUES (Emilie). **pratique de socialisation et attitudes au travail des nouveaux dans les TPE , Communication au congrès de GRH**, le travail au coeur de la GRH, IAE de Lille et Reims management school, Reims, 16 et 17 novembre 2006, P 54

□ Série ou disjointes : la nouvelle recrue lors de son entrée à l'entreprise elle se guide par la personne qui occupe le poste avant lui (procédure série) ou bien s'il n'a pas de procédure à suivre dans son poste, il peut y trouver l'occasion d'être inventif¹

¹GUERFEL (Hendal), EL ABBOUBI (Manal) et EL KANDOUSSI (Fatima) .**la socialisation organisationnelle des nouvelles recrues**. RIMHE, Revue Interdisciplinaire sur le Management et l'Humanisme 57 n°4, Les Jeunes et le Travail, novembre/décembre 2012, P63

V. L'intégration de nouveau recruté :

L'intégration consiste à définir et mettre en œuvre l'ensemble des moyens matériels et humains pour accueillir au mieux le nouveau collaborateur et lui permettre d'être efficace le plus rapidement possible. L'intégration est aujourd'hui reconnue comme une phase à part entière de la carrière des collaborateurs. En tant que pratique RH, elle vient compléter les efforts de recrutement. Son importance n'est pas seulement justifiée par le Volume de recrutement, mais aussi (et surtout) par la nécessité de réussir chaque recrutement⁷²

La période d'intégration dure plus longtemps que la simple période d'accueil. Dans les entreprises à forte rotation, on constate que les départs des nouveaux embauchés, très nombreux pendant la période d'essai, se poursuivent pendant plusieurs mois, parfois une année⁷³

VI. Les méthodes d'intégration :

Nous allons représenter les méthodes utilisées pour l'intégration des nouveaux salariés en cinq méthodes :

Accueillir : Permet de donner au nouveau recruté les informations lui permettant de se situer au sein de l'entreprise il appartient au supérieur hiérarchique d'accueillir son nouvel équipier il peut s'appuyer sur un livret d'accueil. Il doit présenter le nouvel équipier à ses interlocuteurs potentiels : collègues, service fonctionnels.

La formation : Face à l'exigence concurrentielle qui pousse à l'innovation technologique et au développement des savoirs faire, la formation du personnel a pour objectif, l'adaptation de l'homme au poste. Elle constitue un soutien à la stratégie générale de l'organisation en favorisant l'anticipation et les changements que l'évolution impose à l'entreprise. D'après Chamekh. M, « la formation renvoie à l'ensemble des connaissances général, technique et pratique liées à l'exercice d'un métier, mais aussi aux comportements, attitudes et disposition qui permettent l'intégration dans une profession et plus généralement, dans l'ensemble des activités sociales ».

⁷² Delphine LACAZE Serge PERROT. « L'intégration des nouveaux collaborateurs », paris, 2010, p197

⁷³ PERETTI Jean Marie, « Gestion des ressources humaines », édition Vuibert, 19ème édition, 2013, P 77.

Valider les compétences : Ses compétences seront validées au moyen d'évaluations faites par le supérieur hiérarchique, afin de fixer le cadre et les objectifs. Ses évaluations sont programmées, afin de donner le temps et les moyens d'améliorer ce qui doit l'être.

La communication : La communication est l'un des moyens les plus importants dans l'intégration de la nouvelle recrue. Elle se fait par les rapports existants entre les personnels de l'entreprise à travers les conférences et les séminaires qui se réalisent pour mieux maîtriser les domaines d'activité de l'entreprise.

Le suivi : Le dernier volet consiste à s'assurer que l'employé est satisfait de son accueil et de son intégration. A la suite de la période d'intégration dans les nouvelles fonctions, une rencontre de mise au point doit être prévue avec les responsables du secteur afin de répondre aux questions et de soutenir l'employé. Certaines entreprises organisent également un suivi collectif, constituant dès l'embauche un groupe de personnes qui bénéficient ensemble d'une partie de la procédure d'accueil et qui périodiquement, se retrouvent pour faire le point avec un responsable de la fonction personnel chargé de leur intégration .

VII. Les tactiques individuelles d'intégration :

Récemment, des chercheurs en socialisation organisationnelle ont reconnu que Les nouveaux employés jouent un rôle actif dans le processus d'intégration. Ce Les recherches antérieures limitent les nouvelles embauches à des rôles passifs Ils entrent dans l'organisation. Même le travail de Louis est basé sur une méthode Les individus, les limitant à des rôles passifs. Il y a un processus de donner du sens Creuser dans le comportement actif Nouveaux employés. Si Jones (1983)⁷⁴ décrit théoriquement la socialisation comme une activité de traitement de l'information, les études empiriques n'ont débuté que depuis Quelques années. Les recherches les plus récentes adoptent une nouvelle approche en conceptualisant la socialisation comme

Un processus guidé par les forces organisationnelles, mais aussi par les initiatives des nouveaux eux-mêmes. Cela constitue un des changements les plus marquants dans l'étude de la socialisation organisationnelle au cours de la dernière décennie.

⁷⁴ JONES Gareth R, Psychological orientation and the process of organizational socialization: an interactionist perspective, *Academy of Management Review*, 1983, Vol.8, No.3, 464-474. in : Delobbe Nathalie, Herbach

A. La recherche d'information :

La socialisation est considérée comme un processus d'apprentissage durant lequel les individus acquièrent des informations de façon à réduire le haut niveau d'incertitude associé à l'entrée dans un nouveau poste (Feldman et Brett, 1983)⁷⁵ La réduction de ces incertitudes permet aux novices de comprendre, prévoir et Contrôler leur environnement.

Les nouveaux arrivants ont besoin de trouver des informations parce que l'organisation et ses Les besoins des membres ne sont pas toujours satisfaits. Grade supérieur et Les collègues peuvent omettre certaines instructions lors de la présentation de nouvelles personnes parce qu'ils oublient ce que signifie être investi dans l'organisation, ou parce qu'ils Les nouveaux arrivants sont tenus de fournir une preuve de leur participation. Dans le présent article fondateur sur la recherche d'information, trois Différenciation des éléments : sources d'information, différents types d'information et Politique de recherche d'informations personnelles.

B. Les sources d'information :

Des informations peuvent provenir de sources interpersonnelles, mais aussi de Sources non-interpersonnelles.

✓ **Les sources interpersonnelles :**

Les sources interpersonnelles comprennent les supérieurs hiérarchiques, Collègues de travail et parrains ou marraines potentiels. Sortie individuelle L'organisation peut également servir de source d'information. C'est le cas client ou fournisseur.

✓ **Les sources non-interpersonnelles :**

Écrits provenant de sources non personnelles, y compris des organisations comme les manuels d'intégration et les documents officiels. Ostroff et Kozlowsky (1992)⁷⁶ incluent les observations et les expérimentations auxquelles les nouveaux peuvent se livrer dans les sources d'information non interpersonnelles. Il nous semble que cela est source de confusion, observations et expérimentations faisant partie, selon nous, des comportements proactifs des

⁷⁵ Olivier, Lacaze Delphine, Mignonac Karim, *Comportement organisationnel*, Volume 1 : Contrat psychologique, émotions au travail, socialisation organisationnelle, Édition De Boeck, Bruxelles, Belgique, 2005, P282

⁷⁶ OSTROFF Chéri et KOZLOWSKY Steve WJ, *Organizational socialization as a learning process : the rôle of information acquisition*, *Personnel Psychology*, 1992, Vol.45, pp849-874. in : Delobbe Nathalie, Herbach Olivier, Lacaze Delphine, Mignonac Karim, *Comportement organisationnel, Volume 1 : Contrat psychologique, émotions au travail, socialisation organisationnelle*, Édition De Boeck, Bruxelles, Belgique, 2005, P283.

nouvelles recrues pour rechercher des informations. Le système de sanction/récompense est également une source d'apprentissage non interpersonnel; il permet de découvrir les valeurs et les règles de l'organisation.

✓ **Résultats empiriques :**

En général, les nouveaux arrivants regrettent de ne pas recevoir tous Ils ont besoin d'informations obtenues de sources interpersonnelles. Par conséquent, ils sont guidés pour mener leurs propres recherches. Avant de rechercher des informations auprès de sources interpersonnelles, Les nouvelles recrues doivent déterminer qui leur convient le mieux répondre, (Morrison et Bies 1991)⁷⁷. En effet, certaines personnes donnent des informations de meilleure qualité que d'autres. Les nouvelles recrues évaluent les sources interpersonnelles en fonction de leur niveau d'expertise, de leur accessibilité, de la qualité de la Relation avec la source considérée, et de son pouvoir. Les collègues et les supérieurs hiérarchiques directs sont les sources les plus sollicitées. Les collègues sont préférés aux supérieurs pour les informations concernant la façon de faire le travail. Même si les supérieurs connaissent la tâche de leurs subordonnés, ils ne l'exécutent pas. De plus, les nouveaux craignent de déranger Leurs supérieurs avec des questions techniques. Dans les ressources interpersonnelles, il s'obtient auprès de Favoriser le développement du niveau supérieur de la hiérarchie, dans le nouveau Recrues, connaissance de l'organisation. De plus, en utilisant

Le supérieur La hiérarchie en tant que source d'information facilite Diminution de la satisfaction au travail et de l'engagement envers l'organisation intention de partir. La recherche porte davantage sur les ressources interpersonnelles que sur des ressources impersonnelles.

⁷⁷ MORRISON E W et BIES R J, *Impression management in the feedback seeking process : A literature review and research agenda*, *Academy of Management Review*, 1991, Vol.16, pp522-541. in : Delobbe Nathalie, Herbach Olivier, Lacaze Delphine, Mignonac Karim, *Comportement organisationnel, Volume 1 : Contrat psychologique, émotions au travail, socialisation organisationnelle*, Édition De Boeck, Bruxelles, Belgique, 2005, P283.

Conclusion

Les enjeux de socialisation sont cruciaux car le recrutement crée toujours des coûts. Les coûts sont souvent considérés par les RH comme un investissement ou divers facteurs doivent être pris en compte dans ce processus d'intégration. L'attitude de la nouvelle génération envers les entreprises a changé au fil du temps. Le but de notre recherche est de comprendre les jeunes ont tendance à se développer en fonction du type de programmes de socialisation utilisés par le parrain. Comme point de départ, nous interrogeons sur l'impact des procédures d'organisation sociale, tactiques personnelles concernant le déploiement de jeunes recrues. Nous sommes focalisés sur les attitudes et comportements des différents acteurs face à un événement donné. En mettant l'accent sur la performance, la motivation et les obstacles à l'action/ Les acteurs réagissent et nous intéressent aux points de tension du processus de socialisation et relations entre les différents intervenants : jeunes recrues, employeur, collègue. Notre public cible comprend non seulement des jeunes recrues, travaillant dans différents secteurs d'activité, font de meilleures comparaisons au niveau du profil et de meilleures comparaisons au niveau du propriétaire Ressources humaines et chefs d'entreprise. Le profil de ces jeunes est différent de selon leur profession, secteur d'activité et type de contrat de travail.

Chapitre III: Analyse et interprétation des données

Préambule

Dans cette section, nous tenterons d'abord de présenter l'organisme d'accueil où nous réalisons notre travail empirique, puis nous explorerons la phase de mise en œuvre du travail de terrain.

Par la suite, nous commencerons la phase d'analyse et d'interprétation des résultats et des données recueillies sur place après avoir mené des entretiens liés aux trois axes principaux.

Nous discutons ensuite les résultats obtenus et testons les hypothèses faites au départ pour les confirmer ou les infirmer.

1. Présentation de l'organisme l'APC d'akbou :

La ville d'AKBOU est située à 198 km de la capitale (Alger) et à 70 km de Bejaïa, chef-lieu de wilaya (préfecture). Située à une altitude moyenne de 280 m, la commune d'AKBOU s'étend sur une superficie de 52, 18 km² ; comprenant deux zones distinctes : le périmètre urbain, formé du plateau d'AKBOU, de TIFRIT et d'ARAFOU, et les périphéries, formées du village colonel AMIROUCHE (ex-Riquet), de l'AZIB et de la plaine d'AZAGHER, une zone semi-urbain. Actuellement, AKBOU est chef-lieu de daïra (arrondissement), comptant quatre communes : AKBOU, CHELLATA, IGHRAM et TAMOKRA.

1.1 Caractère juridique et mission principale de l'APC :

La commune est une collectivité territoriale de base dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière. L'assemblée populaire communale (APC) est une assemblée qui gère les affaires publiques et qui prend en charge les préoccupations des administrés, le président en sa qualité du 1er magistrat de la collectivité agit au nom et pour le compte de celui-ci. Conformément à l'ordonnance 67-24 du 18 janvier 1967 et la loi 90-08 du 7 avril 1990 relative à la commune, constitue l'instrument fondamental de l'organisation de la participation du citoyen à la gestion des affaires publiques à travers l'assemblée populaire communale locale élue. Cette dernière possède un territoire, un nom et un chef-lieu. Sa mission principale est la gestion des affaires publiques comme nous l'avons déjà, cités

1.2 Les missions des différentes structures de l'APC :

L'APC est constituée par treize(13) services, secrétariat général ,service de la réglementation et de l'animation , service des ressources humaines , service de l'état civil, service des affaires sociales, service urbanismes , service des eaux , service des voiries , service des moyens

généraux , services informatiques , service des finances , service personnel et service des actions économiques. Ensuite, chacun de ces services ont des différentes missions et aussi les services subdivisent en bureau.

➤ **Secrétariat général :**

Chargé sous l'autorité du président de l'A.P.C de :
Toutes les questions administration générales

- Assurer la préparation des réunions de l'A.P.C.
- Assurer l'exécution des délibérations

- Exercer l'autorité hiérarchique sur le personnel administratif.
- Il est toutefois constitué de deux (2) Bureaux : ordre et synthèse, et secrétariat de l'exécutif

Service de la réglementation et de l'animation : chargé de l'application et suivi

➤ **Service de la réglementation et de l'animation :** chargé de l'application et suivi de la réglementation composés de 4 bureaux : la réglementation, Bureau des élections, Bureau des associations et Bureau contentieux.

➤ **Services des ressources humaines :** chargé de la gestion de la paie il est composé de 2 bureaux : Bureau de la rémunération sociale et le Bureau de la correspondance sociale.

➤ **Service de l'état civil :** chargé de la délivrance des pièces d'état civil composé de 2 bureaux : Bureau de délivrance de pièce et Bureau des enregistrements et des statistiques.

➤ **Services des affaires sociales :** chargé de la prestation sociale et des ayants droit composés de 2 bureaux : Bureau des prestations sociales et Bureau de l'action sociale.

➤ **Services urbanisme :** il est chargé des activités ayant trait avec l'urbanisme et l'habitat il est composé de 2 bureaux : Bureau urbanisme et Bureau de l'habitat de la population.

➤ **Services des eaux :** chargé de la distribution d'eaux, il est composé de 2 bureaux : Bureau régi et Bureau de la gestion technique des eaux. Service voirie : chargé de nettoyage et entretien des biens de la commune, il est composé de 2 bureaux : bureau de nettoyage et assainissements et bureau d'hygiène.

➤ **Service de moyens généraux :** chargé de l'entretien et de l'équipement, il est composé de 2 bureaux : bureau équipement et marches et bureau pare.

➤ **Service informatique :** il est chargé du suivi informatique des différents services, il est composé de 2 bureaux : bureau des études techniques et de la programmation (qui

se compose de deux(02) bureaux : le bureau des études techniques et le bureau des travaux) et bureau dactylographique et traitement de texte.

- **Service des finances** : chargé de l'élaboration des budgets et comptes. • La tenue et paiement des situations.
- **Service personnel** : chargé de la gestion du personnel administratif et technique.
 - La tenue des tableaux des effectifs
 - La planification en gestion des ressources humaines.
- **Service action économique** : il est chargé de la facturation des loyers
 - Établissements des contrats et conventions de location.
 - Suivi des baux de locations (marché de gros fruits et légumes, locaux
 - Commerciaux et logement de fonction et les parkings).

Nous avons effectué notre enquête dans le service des ressources humaines, services urbanisme, service personnel, service hygiène, service état civil et service des affaires sociales, culturelles et sportives.

2. Les moyens de communication organisationnelle utilisés au sein de l'APC d'AKBOU :

L'organisation de la communication est l'un des objectifs idéaux de développement au sein de la commune, dont le but principal est le partage de l'information et la participation des travailleurs à sa circulation. En effet, cette structure dote déjà son personnel d'une politique de communication renforcée par divers moyens. Un climat social favorable se dégage, ce qui aidera les travailleurs à participer au travail. D'après nos observations au cours de l'enquête et quelques entretiens avec A. NASSSIMA ; Akbou APC Responsable de la Gestion du Personnel, nous avons identifié les outils utilisés et relevé quelques:

La note de service : C'est un support venant de la hiérarchie et c'est l'ensemble des directives, d'instructions et d'avis destinés aux personnels et aux services.

Le téléphone : Il est installé en système du poste et opérationnel, dans tous les bureaux de l'administration d'APC. C'est le moyen qui répond à tous les besoins en appels internes du

personnel. L'affichage : qui est utilisée pour informer et sensibiliser l'ensemble des travailleurs de l'APC.

Les réunions : les réunions administratives sont les séances organisées par les chefs des services pour le personnel sous leur direction dans l'objectif de discuter sur tout ce qui est en rapport avec (les problèmes de service, le recrutement, prolongement des délais de contrats....etc.)

L'internet : ce moyen sert à des recherches scientifiques et d'autres activités de l'APC, il est présent seulement dans le bureau du secrétariat général ainsi que celui de chef de service extension dont la connexion internet est permanente. En plus de ces moyens formels, notre interviewé affirme que le moyen informel de communication « **de bouche à oreille** » est largement utilisé par les fonctionnaires qui se définit comme un support de communication orale basé sur la discussion directe au face à face entre les fonctionnaires pour gagner, envisager le temps et l'argent.

3. L'échantillon de l'enquête :

La sélection de notre échantillon se fait de manière probabiliste, de type aléatoire simple. Pour mener notre recherche, nous nous sommes limités à interviewer huit (8) employés. On juge comme ça huit (8) quantités suffisent car en recherche qualitative, plus de huit (8) idées répéter.

L'échantillon est mixte, il comporte 2 hommes et 6 femmes, des différentes situations parentales. Ainsi que les différentes tranches d'âge et ancienneté.

4. Protocole de l'enquête :

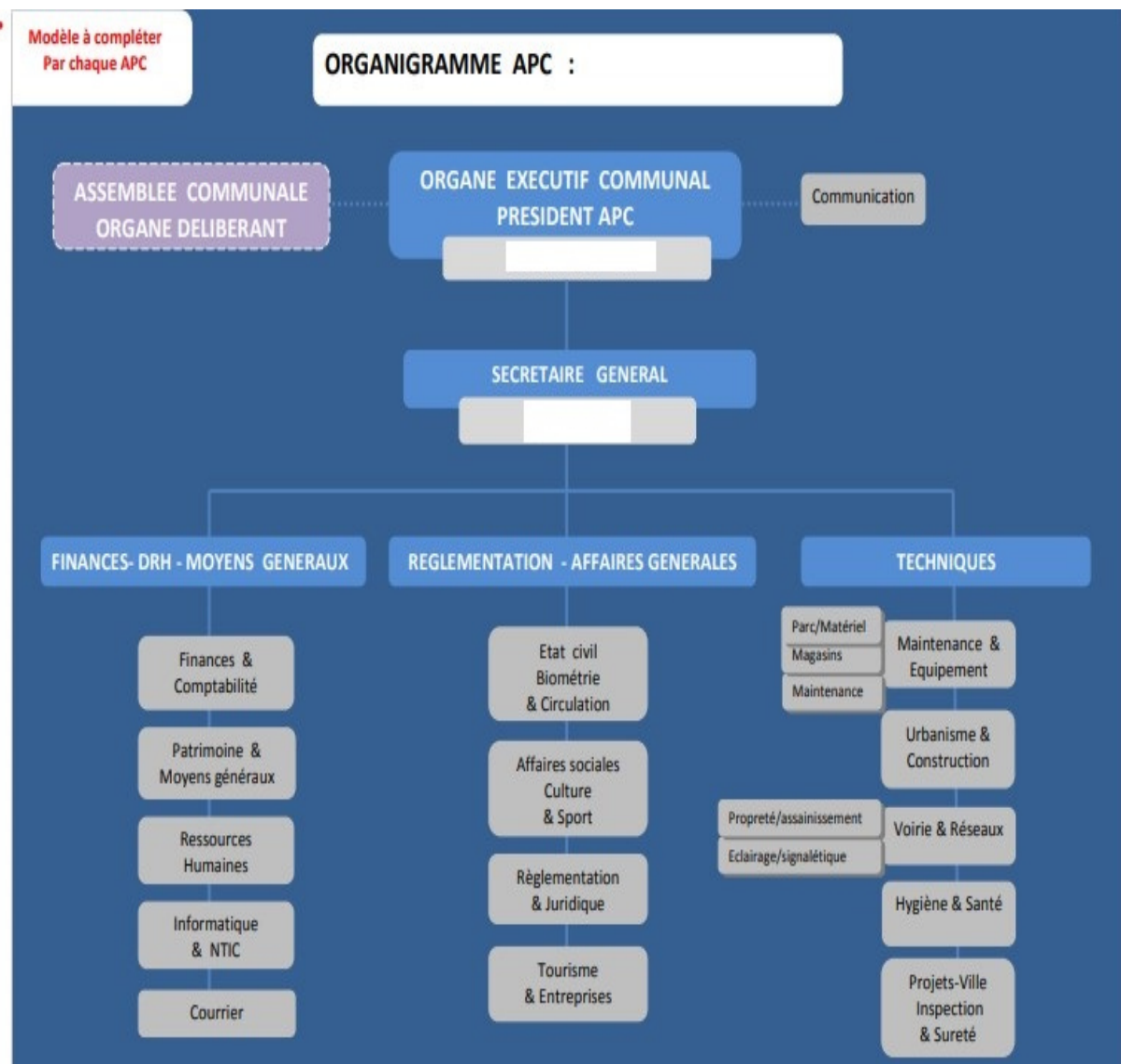
4.1 Le lieu d'enquête :

Notre choix du lieu de l'enquête a pour but de connaître la réalité de la socialisation et l'intégration organisationnelle, et le rôle de la communication interne au sein de l'APC d'akbou.

4.2 la durée de l'enquête :

Notre enquête a duré 6 semaines, précisément du 20 Mars au 20 mai. Toute cette période nous a permis de recueillir des informations très importantes sur la communication interne et la socialisation organisationnelle et l'intégration au travail dans le domaine administratif de cette organisation, ainsi que la réalité du thème en Algérie

Figure N° 04: Organigramme de l'APC d'akbou



5. L'analyse et interprétation des résultats

Préambule

Dans ce chapitre, nous présenterons et expliquerons Notre échantillon de recherche a été caractérisé et analysé pour différentes thématiques, Saisissons et comprenons l'influence des facteurs indiqués sur la communication interne et la socialisation Organisation et l'intégration des nouveaux diplômés :

- Les données personnelles
- La communication interne
- La socialisation organisationnelle
- L'intégration au travail

5.1 Les caractéristiques socio professionnelle de la population d'étude.⁷⁸

Tableau N° 01: Les caractéristiques socioprofessionnelles de la population d'étude

Enquêté/ Code	Sexe	AGE	DIPLOME	SERVICE D'AFFECTATION	Expérience
Enquêté n 1 Nassima	Femme	37	Biologie	Service d'hygiènes de l'APC d'akbou	14 mois
Enquêté n 2 Farida	Femme	37	Licence en litre arabe	Service G.R.H	18 mois
Enquêté n 3 Samia	Femme	39	Licence en litre arabe	Service G.R.H	24 mois
Enquêté n 4 Toufik	Homme	42	Biologie	Etat civil	15 mois
Enquêté n 5 chérif	Homme	33	Licence en sociologie de travail	Etat civil	18 mois
Enquêté n 6 Djamila	Femme	38	Licence en sociologie de communication	Service des affaires social, culturel et sportive	1 an
Enquêté n 7 taoues	Femme	30	Master en psychologie de travail	Service des affaires social, culturel et sportive	9mois
Enquêté n 8 Zahra	Femme	32	Licence en littérature français	Etat civil (biométrie)	10 mois

⁷⁸ Enquête « la communication interne comme socialisation organisationnelle au sein d'une organisation »

Les caractéristiques socio professionnelles

Selon le tableau ci-dessus, notre échantillon est constitué de (2) employés de sexe Masculin et trois (6) de sexe féminin

Nous remarquons que le nombre des enquêtés féminin est plus élevé que le nombre Relatif au sexe masculin Cet écart est dû aux critères de recrutement adoptés par l'APC , notamment la disponibilité et la nature des tâches qu'ils effectuent, en plus de ça la non disponibilités des hommes à ce travail à cause du salaire qui est bas par rapport à d'autres entreprises privées.

Répartition des répondants par groupe d'âge par rapport aux données Il ressort du tableau que les nouveaux diplômés appartiennent à la catégorie des jeunes parce qu'il représentait la plus grande catégorie de notre population d'étude, en d'autres termes, ils sont Récemment recrutés et en début de carrière.

Les répondants ont pas été répartis selon les diplômes obtenus, selon le tableau ci-dessus, il est à noter que la plupart des employés des l'APC sont issus de la formation déférente, ce qui signifie que l'APC n'exige pas vraiment les spécialités.

La répartition des enquêtés selon l'expérience acquise, d'après les résultats obtenues, on constate que l'APC ne s'intéresse à ceux qui ont déjà travaillé, en ce qui concerne son recrutement, ce qui veut dire ceux qui ont de l'expérience. Le recrutement de cette jeune génération s'explique par la volonté de cette organisation d'exploiter les nouvelles compétences qualifiées ou répond à l'exigence d'intégrations des nouvelles recrues

De ces données, nous pouvons conclure que certaines variables (âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle, etc.) sont liées à la socialisation organisationnelle, à savoir Ces variables ont un impact sur l'intégration des nouveaux diplômés dans les organisations.

5.2 Analyse et interprétation des données :

Après avoir présenté toutes les caractéristiques personnelles de notre échantillon d'étude, on va passer à l'interprétation et à l'analyse du contenu des entretiens et des données recueillies au cours de notre enquête réparties sur les axes du guide d'entretien afin de vérifier nos hypothèses de recherche, et à travers les résultats on va les confirmer ou les infirmer.

La socialisation organisationnelle

Question 1 : l'influence des réseaux sociaux sur le nouveaux recrue (ce que on dit de votre organisation sur les réseaux sociaux vous a-t-il aidé à avoir une idée de l'APC ?)

Tableau N° 02: l'influence des réseaux sociaux sur le nouveaux recrue

INTERVIEW	ITEM (contenu)
Interviewé 1	« les réseaux sociaux n'ont pas influencé sur moi avant mon entrer dans l'APC »
Interviewé 2	« oui j'ai une aider sur l'APC d'après le monde extérieur »
Interviewé 3	« oui a travers les publications sur face book »
Interviewé 4	« non j'ai pas du tout influencé par les réseau sociaux »
Interviewé 5	« oui je me suis aidé à travers les réseaux sociaux »
Interviewé 6	« oui la communication externe m'a fait connaitre des choses sur l'APC »
Interviewé 7	« non, ce qui disons sur les réseaux sociaux ces que de blabla »
Interviewé 8	« la publicité de l'APC ma beaucoup aidé et ma donner envie de travail dans cette organisation »

Dans l'analyse conceptuelle nous avons eue comme résultat deux tendances à cette question une positive « oui » les réseaux sociaux influencent les nouvelle recrutés avant leur entrer et une autre négative « non ». Pour ceux qui disent oui, Interviewé 2 qui dit « J'ai une aidé d'après le monde extérieur » les réseaux sociaux font partie du monde extérieur, interviewé 3 : « oui a travers face book » ; interviewé 5 « oui je me suis aidé à travers les réseaux sociaux » ; interviewé 8 « la publicité de l'APC ... » la relation de la publicité des réseaux sociaux ici c'est que les réseaux sociaux sont un outil de publicité, interviewé 6 : « oui la communication externe m'a fait connaitre des choses sur l'APC » il veut dire par la communication externe l'image de l'organisation.

Et pour ce qui disant non, interviewé 1 : « pas influencé » interviewé 4 : « non je n'ai pas du tout influencé par les réseaux sociaux » ; interviewé 7 : « non, ce qui est dit sur les réseaux sociaux ce n'est que du blabla »

En fin en confirmer la théorie de lacaze qui est la socialisation anticipée.

La majorité de nos enquêtées ont dit que les réseaux sociaux nos a aidé a avoir une des aider sur l'APC d'AKBOU avant notre entrer, interviewé n°1 a dit « les réseaux sociaux n'ont pas influencé sur moi avant mon entrer dans l'APC » interviewé n°2 ajoute : « oui j'ai une aider sur l'APC d'après le monde extérieur » interviewé n°6 avouer : « oui la communication externe m'a fait connaitre des choses sur l'APC » D'après les données recueillies auprès de notre échantillon, il semble que les réseaux sociaux joue un rôle important dans la socialisation des nouveaux recrue ce que en appel la socialisation anticipé.

Pour lacaze⁷⁹ « La première étape de la socialisation de nouveaux recrue commence avant d'entre dans l'organisation par la recherche d'information »

Par contre interviewé n°7 dise que : « non, ce qui disons sur les réseaux sociaux ces que de blabla » interviewé n° 4 ajoute : « non je n'ai pas des tout influencé par les réseaux sociaux » Malgré la contradiction en conclue que le nouveaux recrue commence ca socialisation avant son entrer dans l'organisation ce que lacaze appelle la socialisation anticipé.

Question 2 : la recherche d'information avant l'entrer dans l'organisation (avez-vous cherché des informations sur votre organisation avant votre entrée ?)

Tableau N° 03: la recherche d'information avant l'entrer dans l'organisation

INTERVIEW	ITEM (contenu)
Interviewé 1	« oui j'ai cherché des infos sur l'organisation avant mon entrer »
Interviewé 2	« j'ai pas cherché »
Interviewé 3	« oui j'ai effectuait quelque recherche »
Interviewé 4	« oui avec les gens plus enceins »
Interviewé 5	« non plus »

⁷⁹LACAZE Delphine, 2007, « La gestion de l'intégration en entreprise de service : L'apport du concept de socialisation organisationnelle », Management & Avenir, n°14

Interviewé 6	« oui avec le fonctionnaire qui on travail dans notre commune »
Interviewé 7	« oui j fait des recherche sur le fonctionnement et le travail de l'APC »
Interviewé 8	« non j'ai pas fait ca »

Dans l'analyse conceptuelle nous avons eu comme résultat deux tendance a cette question une positive « oui » et une autre qui dit « non », pour ce qui dit oui, interviewé 1 : « oui » ; interviewé 3 répond : « oui j'ai effectuait quelque recherche » ; interviewé 6 : « oui avec le fonctionnaire » ce de questionner le fonctionnaire de l'apc ; interviewé 7 : « oui j fait des recherches sur le fonctionnement et le travail de l'APC » il a essayé de comprendre le système de travail.

Pour ce qui dit « non » en a interviewé 5 : « non plus » ; interviewé 8 : « non je n'ai pas fait ca » Et interviewé 2 : « je n'ai pas cherché ».

Donc La majorité de nos enquêtées ont dit que ils sont cherché des informations sur l'organisation avant leur entrée interviewé n° 1 a dit : « oui j'ai cherché des infos sur l'organisation avant mon entrer » interviewé n° 3 à ajouter : « oui j'ai effectuait quelque recherche » D'après les données recueillies auprès de notre échantillon, il semble que la recherche d'information est aussi un Moyen de socialisation. Pour lacaze⁸⁰ «Les nouvelles embauches peuvent être influencées par la formation initiale, les recrues recherchent des informations, essaient de comprendre le

Fonctionnement de l'organisation pour comprendre si ces attentes sont conformes aux valeurs c'est »

Question 3 : L'aide de l'organisation (votre organisation vous a-t-elle orienté après votre arrivée pour mieux s'intégrer)

Tableau N° 04: L'aide de l'organisation

INTERVIEW	Item (contenu)
Interviewé 1	« l'APC ma pas aider pour mieux comprendre le système »
Interviewé 2	« oui, il m'on aider beaucoup »
Interviewé 3	« oui il m'on orienter avec le texte réglementaire »

⁸⁰ Ibid

Interviewé 4	« non »
Interviewé 5	« pas de réponse »
Interviewé 6	« oui il m'on guider et m'expliquer le système de fonctionnement »
Interviewé 7	« oui avec des lois interne de l'organisation »
Interviewé 8	« non il m'on pas aider »

Dans analyse conceptuelle nous avons eu comme résultats deux tendance une positive qui dise « oui » notre organisation nous a orienté après notre arriver pour mieux s'intégrer et une autre qui dise « non ». on commence par la tendance positive on a interviewé 2 : « oui, il m'on aidé beaucoup » ; interviewé 3 : « oui, il m'on orienter avec le texte réglementaire » ; interviewé 6 : « oui il m'on guider et m'expliquer le système de fonctionnement » ; interviewé 7 : « oui avec des lois interne de l'organisation » ; et en a ce qui dise « non » , interviewé 1 :

« l'APC ne m'a pas aidé pour mieux comprendre le système » ; interviewé 4 : « non » ; interviewé 8 : « non il m'on pas aider » et interviewé 5 : il na pas de réponse .

Dans cette analyse on a 4 personnes qui dise oui et 3 qui disent « non » et une seule personne qui na pas de réponse. Donc en peux confirmer la théorie de lacaze (la socialisation anticipée)

La majorité de nos enquêtées ont dit que l'organisation nos a aider a notre arriver interviewé n° 2 a dit : « oui, il m'on aider beaucoup » interviewé n°6 ajoute : « oui il m'on guider et m'expliquer le système de fonctionnement » D'après les données recueillies auprès de notre échantillon, il semble que l'APC d'AKBOU à aider beaucoup ses employer pour mieux comprendre le fonctionnement de leur système.

Par contre interviewé n°8 dise que : « non il m'on pas aider » interviewé n° 1 ajoute : « l'APC ma pas aider pour mieux comprendre le système »

Malgré la contradiction d'autre enquêtées, mais en peux dire que l'APC d'akbou à aider beaucoup ses fonctionnaire.

Selon van maanen et schein : « l’entreprise encourage la nouvelle recrue à affirmer sa personnalité (procédures d’investissement) ou lui impose de suivre fidèlement les comportements des membres de (procédures de désinvestissement).»⁸¹

Question4 : L’apprentissage de métier (après votre entrée comment avez-vous appris le métier)

Tableau N° 05: L’apprentissage de métier

INTERVIEW	ITEM (contenu)
Interviewé 1	« j’ai appris mon métier on accompagne sauvant les enceins »
Interviewé 2	« je cherche chaque jour je demande a mes collègues de me renseigner sur les différente tache »
Interviewé 3	« c’est une questions de temps d’observations et d’assimilations de toutes les informations plus l’aide des collègues »
Interviewé 4	« avant mon entrer dans l’APC j’ai cherché des informations sur le système de travail »
Interviewé 5	« selon les réglementation et l’expérience des fonctionnaire de service »
Interviewé 6	« c’est grâce à l’orientation de mes collègues de travail et les lois aussi »
Interviewé 7	« on accompagnons les anciens dans ce domaines »
Interviewé 8	« j’ai appris mon métier grâce à mon diplôme universitaire »

⁸¹ GUERFEL (Hendal), EL ABBOUBI (Manal) et EL KANDOUSSI (Fatima) .**la socialisation organisationnelle des nouvelles recrues.** RIMHE, Revue Interdisciplinaire sur le Management et l’Humanisme 57 n°4, Les Jeunes et le Travail, novembre/décembre 2012, P63

Dans l'analyse conceptuelle nous avons eu comme résultat deux tendance par rapport a cette question nous avons une qui dit que ils sont appris leur métier avec l'aide des collègues de travail et une autre qui dit grâce a la recherche d'information, a leurs diplôme et expérience. La majorité de nos enquêtées ont appris leur métier grâce a l'aide de leur collègues de travail en communiquant, interviewé n°6 a dit « c'est grâce à l'orientation de mes collègues de travail et les lois aussi »

Interviewé n°3 à avoué ceci «c'est une question de temps d'observations et d'assimilations de toutes les informations plus l'aide des collègues » tant dit que interviewé n° 1 dise : « j'ai appris mon métier grâce a mon diplôme universitaire » interviewé n° 5 a dit : « selon la réglementation et l'expérience des fonctionnaires de service »

D'après les données recueillies auprès de notre échantillon, il semble que le nouveau recrue apprend leur métier en accompagne sauvant les enceins et observais et assimiler les informations.

Malgré la contradiction d'autre enquêtées, mais la communication avec l'entourage au travail reste un élément majeur dans l'apprentissage et la maitrise de la tache.

Selon Fisher «Le nouveau doit faire connaissance avec ses collègues, s'intégrer au groupe de Travail, comprendre les raisons du comportement des autres et adopter un comportement approprié. Découvrir les relations de pouvoir et les intérêts politiques de chacun fait également partie du processus de socialisation »⁸²

Question 5 : La communication interne et son rapport avec la socialisation organisationnelle (d'après vous la communication interne (réunion, séminaire..) que vous fait vous ont elles aidé dans l'apprentissage de votre métier)

Tableau N° 06: La communication interne et son rapport avec la socialisation organisationnelle

INTERVIEW	ITEM (contenu)
Interviewé 1	« la communication interne ma aider beaucoup pour être socialiser dans mon travail »

⁸² FISHER CD, *Organizational Socialization : An Integrative Review*, Research in Personnel and Human Resources Management, Vol.4, 1986, 101-145. in : Delobbe Nathalie, Herbach Olivier, Lacaze Delphine, Mignonac Karim, *Comportement organisationnel, Volume 1 : Contrat psychologique, émotions au travail, socialisation organisationnelle*, Édition De Boeck, Bruxelles, Belgique, 2005, P279.

Interviewé 2	« grâce à la réunion et au séminaire que j'ai pris à assumer mon rôle »
Interviewé 3	« oui les réunion d'informations m'ont aidé beaucoup dans la maîtrise de ma tâche »
Interviewé 4	« la communication interne ma aider beaucoup dans mon travail »
Interviewé 5	« c'est grâce à mes compétence que j'arrive à maîtriser mon métier »
Interviewé 6	« c'est grâce à mon expérience dans d'autre lieux de travail »
Interviewé 7	« oui la communication interne (réunion, décret, texte réglementaire) ma aider beaucoup dans mon statu »
Interviewé 8	« j'ai eu mon rôle grâce à mes connaissance et mes compétence »

En a eu comme résultats deux tendance une qui dit que les nouveau recrue sont socialiser par la communication interne réunion, séminaire...et une autre tendance qui dise c'est grâce a expérience et les compétences qui sont arriver a une meilleur socialisation .

La majorité de nos enquêtées ont dit que la communication interne a un rôle important pour assumer un rôle au sein de l'APC interviewé n° 4 a dit : « la communication interne ma aider beaucoup pour être socialiser dans mon travail »

Interviewé n° 2 a dit que : « grâce à la réunion et au séminaire que j'ai pris à assumer mon rôle » D'après les données recueillies auprès de notre échantillon, il semble que l'APC d'AKBOU considère la communication interne comme un facteur qui joue un rôle très important dans la socialisation organisationnelle des nouveaux recrue.

Par contre interviewé n°8 dise que : « j'ai eu mon rôle grâce a mes connaissance et mes compétence » Malgré la contradiction d'autre enquêtées, mais la communication interne reste un élément majeur dans la socialisation des nouveaux employeurs.

La communication interne englobe l'ensemble des actes de communication qui se produisent à l'intérieur d'une entreprise. elle remplis de multiples fonctions : exposer (des résultats , un bilan) transmettre (des information ,un savoir , un métier) expliquer (une nouvelle Orientation, le projet de l'entreprise) impliquer, motiver, préparer et accompagner le changement⁸³

⁸³ WESTPHALEN Marie-Hélène, Communicator , Paris,Dunod,2004,P :76

Question 6 : La méthode d'intégration (quelle est votre méthode pour mieux vous intégrer dans votre organisation ?)

Tableau N° 07: La méthode d'intégration

Interviewés	Item
Interviewé 1	« j'ai beaucoup de patience, j'essai de me renseigner sur différentes choses je fais tous pour avoir des bonnes relations avec mes collègues »
Interviewé 2	« ma méthode pour intégrer en premier c'est d'observer les autres collègues »
Interviewé 3	« je me suis intégrer grâce a la communication avec les employer plus enseigne que moi »
Interviewé 4	« grâce a la recherche d'information au prias des gens qui son déjà travail a L'APC »
Interviewé 5	« mes compétence qui mon permet une bonne intégration »
Interviewé 6	« je me suis intégrer dans mon travail grâce a mes collègues et mes compétence »
Interviewé 7	« c'était mon organisation qui ma aider pour mieux intégrer »
Interviewé 8	« mes compétence et mes collègues de travail qui mon aider pour mieux s'intégrer »

Dans l'analyse conceptuelle nous avons eu comme résultats à cette question « quelle est votre méthode pour mieux vous intégrer dans votre organisation », interviewé 1 : « patience, renseigner sur différentes choses avoir des bonne relations » ; interviewé 2 : « observer les autres » ; interviewé 3 : « la communication avec les employés plus anciens », interviewé 4 : « la recherche d'information » ; interviewé 5 : « mes compétences » ; interviewé 6 : « collègues et compétence » ; interview 7 : « organisation », interview 8 : « compétence et collègues ».

D'après cet analyse en peut dire que ya différente méthode d'intégration mes la plus part de nous enquêter on dit que ils sont intégrer grâce aux collègues et aux compétences »

D'après les données recueillies auprès de notre échantillon, La majorité de nos enquêtées ont dit que ils sont intégrer grâce a l'aide de leur compétences et l'aide des collègues de travail interviewé n° 3 déclare : « je me suis intégrer dans mon travail grâce a mes collègues et mes compétences »

Interviewé n°8 ajoute : « mes compétence et mes collègues de travail qui mon aider pour mieux s'intégrer »

La période d'intégration dure plus longtemps que la simple période d'accueil. Dans les entreprises à forte rotation, on constate que les départs des nouveaux embauchés, très nombreux pendant la période d'essai, se poursuivent pendant plusieurs mois, parfois une année.

Par contre d'autre dit que : « c'était mon organisation qui m'aider pour mieux intégrer » Accueillir : Permet de donner au nouveau recruté les informations lui permettant de se situer au sein de l'entreprise il appartient au supérieur hiérarchique d'accueillir son nouvel équipier il peut s'appuyer sur un livret d'accueil. Il doit présenter le nouvel équipier à ses interlocuteurs potentiels : collègues, service fonctionnels⁸⁴

Un autre ajoute : « grâce à la recherche d'information auprès des gens qui sont déjà travaillant à l'APC »

6. Vérification des hypothèses

- « La communication interne influence l'apprentissage du métier au niveau de l'APC »
- « Le nouveau recrue s'intègre et arrive à une meilleure socialisation organisationnelle avec l'aide des collègues au travail et la validation de leurs compétences »

Les résultats obtenus pour la première hypothèse qui est La communication interne influence l'apprentissage du métier au niveau de l'APC, se confirment avec les réponses obtenues lors des questions posées.

La cinquième question répond parfaitement à notre hypothèse, la question traite « d'après vous la communication interne (réunions, séminaire ...) que vous faites vous ont-elles aidé dans l'apprentissage de votre métier ? » Les réponses obtenues ont permis de savoir que la majorité des cadres ont répondu que la communication interne a un rôle important dans l'apprentissage de leur métier au sein de l'APC les réunions et les séminaires nous ont aidés beaucoup dans l'apprentissage de notre métier .

La question numéro 04 qui traite « après votre entrée comment avez-vous appris le métier afin de vous permettre une intégration dans votre organisation ? » la majorité en répondant ils ont appris leur métier grâce aux collègues de travail (communication interne) confirme

⁸⁴ Ibid

notre hypothèse à travers les réponses obtenues, qui nous a permis de savoir que communication interne influence l'apprentissage du métier au niveau de l'APC d'akbou. Donc, on peut retenir que la première hypothèse est confirmée et que la communication interne est très importante dans l'apprentissage de métier .

➤ **La deuxième hypothèse :**

« Le nouveau recrue s'intègre et arrive à une meilleure socialisation organisationnelle avec l'aide des collègues au travail et la validation de leurs compétences »

La question 6 répond parfaitement à notre hypothèse (quelle est votre méthode pour mieux vous intégrer dans votre organisation ?)

Les réponses obtenues ont permis de savoir que les empoiler en intégrer grâce à leurs compétences et a l'aide de leurs collègues au travail. Donc, à la base des réponses obtenues on constate que la deuxième hypothèse est confirmée, est que La nouvelle recrue s'intègre et arrive à une meilleure socialisation organisationnelle avec l'aide des collègues au travail et la validation de leurs compétences.

Conclusion générale

Conclusion générale

Quelle que soit la taille de l'entreprise la communication interne joue un rôle fondamental pour son développement et l'intégration de ses salariés. La communication interne correspond au partage des informations au sein de l'entreprise, afin que les employés puissent effectuer leur travail dans les meilleures conditions.

Une bonne stratégie de la communication interne d'une entreprise est une s'agit d'un ensemble d'actions planifiées et coordonnées afin d'assurer la fluidité de la transmission d'informations au sein d'une organisation.

A travers cette étude nous avons voulu, comprendre l'impact de la communication interne sur l'image de la socialisation organisationnelle des nouveaux recrues.

D'après notre étude qui a été effectuée avec les travailleurs de l'organisation l'APC d'Akbou sous le thème « La communication interne comme socialisation organisationnelle au sein d'une entreprise », qui nous a permis de voir de plus sa politique de communication et mettre en évidence l'importance qu'accordent les travailleurs à la communication interne dans le travail.

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrage

- (BRENNEMAN R, SEPARI. S), économie d'entreprise, DUNOD, paris, 2001, p206
- (CHARONI Jean Luc, SEPARI Sabine) , Manuel Application " organisation et gestion de l'entreprise " , 2emeédition DUNOD ,Paris , 2001, p : 326
- (DECAUDIN Jean-Marc, IGALENS Jacques), La communication interne « stratégies et techniques », DONUD, 3eme édition, 2013, p :01
- AKOUN André et autres, *Dictionnaire de sociologie*, édition le Robert Seuil, 1999 p 469
- Alain Bruno, *Dictionnaire d'économie et de science sociale*, Editions Ellipses paris, 2005, p94
- BALLE Alain, Dictionnaire des médias, Paris, Larousse Bordas, 1998, PP : 50,51
- Benoit Gauthier, Recherche sociale de la problématique a la collecte des données, 5ème édition, presse de l'université du Québec, 2010, p 320.
- BERGUES (Emilie). **pratique de socialisation et attitudes au travail des nouveaux dans les TPE**
- CHRISTIAN h, guide de management intégré, édition afnor, Paris, 2004,p132
- COBUT Eric et DONJEAN Christine, La communication interne, 2ème éd de professionnelle, Belgique, 2015, P.153-154.
- **Communication au congrès de GRH**, le travail au coeur de la GRH, IAE de Lille et Reims management school, Reims,16 et 17 novembre 2006, P 54
- Delphine LACAZE Serge PERROT. « L'intégration des nouveaux collaborateurs », paris, 2010, p197
- Dictionnaire de Microsoft encarta, dicos, Microsoft, corporation, 2009, P106
- EDMAND Marc et DOMINIQUE Picard, Relation et Communication Interpersonnelle, éd Dunos, Paris, P 157
- Fabre, C. (2005) : Décentralisation à la Française. Critique et contribution à la mesure de la socialisation organisationnelle en recherche de gestion, P 2
- FISHER CD, *Organizational Socialization : An Integrative Review*, Research in Personnel and Human Resources

- GUERFEL (Hendal), EL ABOUBI (Manal) et EL KANDOUCI (Fatima) **.la socialisation organisationnelle des nouvelles recrues**. RIMHE, Revue Interdisciplinaire sur le Management et l'Humanisme 57 n°4, Les Jeunes et le Travail, novembre/décembre 2012, P63
- GUERFEL-HENDA Sana, EL ABOUBI Manal, KANDOUCI Fatima, 2012, « La socialisation organisationnelle des nouvelles recrues », Revue Interdisciplinaire Management, Homme & Entreprise, n°4,P :61 62
- JEAN Louis et LOUBET Del Bayle, Initiation aux méthodes des sciences sociales, éd L'Harmattan, Paris, 2000, P92
- JEAN Marie Peretti, **Gestion des ressources humaines**, DUNOD, 3ème édition, Paris, 2008, p210
- JONES Gareth R, Psychological orientation and the process of organizational socialization: an interactionist perspective, Academy of Management Review, 1983, Vol.8, No.3, 464-474. in : Delobbe Nathalie, Herbach
- LACAZE Delphine, 2007, « La gestion de l'intégration en entreprise de service : L'apport du concept de socialisation organisationnelle », Management & Avenir, n°14
- LACAZE Delphine, PERROT Serge, 2010, L'intégration des nouveaux collaborateurs : Enjeux et outils pour le développement de l'entreprise, Dunod, Paris P :100
- LASSWELL, H. « L'analyse du contenu et le langage de la politique », Revue française de science politique, en ligne, nO 3 (1952), p. 505
- LEDUFF Robert, encyclopédie de la gestion et du management, édition Dalloz, Paris, 1999, p 870-871
- Lexiques *des sciences sociales*, 7ème édition, Dalloz, 2000, paris, p460.
- LIBAERT Thierry, La communication verte : l'écologie au service de l'entreprise, éd OIC, Naves(France), 2007, P146
- Louis, M.R. (1980) : “Surprise and sense making: What newcomers experience in entering unfamiliar organizational settings”, Administrative science quarterly P229
- MAHIE DE BOICLANDELLE Henri, Dictionnaire de gestion, Vocabulaire, Concepts et outils, Paris
- Maurice Angerce, initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, Alger, 1997, P09
- Nicole d'Almeida et Thierry Libaert, la communication interne de l'entreprise, 3eme édition, éditionDunod, Paris, 2002, P9

- Olivier, Lacaze Delphine, Mignonac Karim, Comportement organisationnel, Volume 1 : Contrat psychologique, émotions au travail, socialisation organisationnelle, Édition De Boeck, Bruxelles, Belgique, 2005, P282
- PERETTI Jean Marie, « Gestion des ressources humaines », édition Vuibert, 19^{ème} édition, 2013, P 77
- Raymond Quivy et luc van campenhoudout « manuel de recherche en science sociales »édition Dunod,Paris 2006 ,P 177
- schein (1988) : “Organizational socialization and the profession of management”, MIT Sloan management review,p :54
- SHANNON, C. et WEA VER W. (1948). Théorie mathématique de la communication. s. 1., s. éd
- SHIMON Dolan, Psychologie du travail et comportement organisationnel, 2^{ème} édition, Gaetan Morin éditeur, Canada, 2002, p153
- Sous le Direction de JEAN François, science Humain, éd science humain, 2004, P 98
- THIERRY Libeart, MARIE Hélène, westphalen, «communicator », édition dunod, paris. p48
- Van Maanen, J.E. et Schein, E.H. (1979) : “Toward a theory of organizational socialization”P/03
- Westphalem Mari, le Guide de la communication d’entreprise ,3emeEd, DUNOD Ed, paris, 2001, p.63
- WESTPHALEN Marie-Hélène, Communicator , Paris,Dunod,2004,P :76
- YVON b, guide pratique pour la gestion des ressources humaines, 2009, P26

Thèses et mémoires et site

- Www. Cairn. Info. Fr. /PDF. Bargues EMILE P :06
- Techno-Science.net. La communication. . Tiré de <http://www.techno-science.net/?onglet=glossaire&definition=4201> (Consulté le 13 mars 2023)
- SADOUNE Naouel Et REZZOUG Fouzia « L’impact de La socialisation organisationnelle secondaire sur les nouvelles recrues » au sein de l’entreprise ifri en année 2014/2015
- DETRIE, Philippe BROYEZ Catherine, La communication interne au service du management, 2001 http://www.memoireonline.com/01/10/3077/m_Le-role-de-la-communication-interne-en-entreprise--cas-de-la-compagnie-de-filature-et-de-sacherie-C0.html, consulté le 28mars2023

- DAVA Crisalda et MAJOR Clementina « L'impact de la socialisation organisationnelle sur l'intégration au travail des nouveaux diplômés » réaliser à l'université de Bejaïa en 2014/2015
- <http://www.memoireonline.com/01/10/3077/Le-role-de-la-communication-interne-en-entreprise--cas-de-la-compagnie-de-filature-et-de-sacherie-C.html> consulté le 28mars2023

Annexes

Annexes 1 : Le guide d'entretien

Caractéristique personnel

Sexe :

Age:

Diplôme(s) obtenu(s):

Service d'affectation :

Axe 1 : la communication interne :

1. D'après vous la communication interne (réunion, séminaire..) que vous fait vous ont elles aidé dans l'apprentissage de votre métier ?
2. après votre entrée comment avez-vous appris le métier ?

Axe 2 : la socialisation organisationnelle :

3. ce qu'on dit de votre organisation sur les réseaux sociaux vous a-t-il aidé à avoir une idée de l'APC ?
4. avez-vous cherché des informations sur votre organisation avant votre entrée ?
5. avant votre entrer avez-vous essayé de comprendre le fonctionnement de votre organisation ? comment ?

Axe 3 : l'intégration au travail

6. votre organisation vous a-t-elle orienté après votre arrivée pour mieux s'intégrer ?
7. quelle est votre méthode pour mieux s'intègre au travail ?

Table des matières

Remerciement	
Dédicaces	
Liste des abréviations	
Liste des tableaux	
Liste des figures	
Sommaire	
Introduction générale.....	10
Chapitre I: Cadre méthodologique	
1. Les raisons du choix de thème	13
2. Les objectifs de la recherche	13
I. La méthode de la recherche	14
1. Les techniques utilisées.....	14
1.1 L'observation	14
1.2 L'entretien	14
2. La population d'étude.....	15
2. 1 le déroulement de l'enquête	15
II. difficulté rencontré	Erreur ! Signet non défini.
III. La problématique.....	15
IV. Les hypothèses	17
V. définitions des concepts	18
1. La communication.....	18
2. La communication interne.....	18
3. Intégration	19
4. Stratégies de communication	19
5. Nouveau recrue :	20
6. Salariés :	20
7. Socialisation organisationnelle.....	20

8 .Entreprise	21
9. Organisation	21
10. Le rôle	21
VI. Les études antérieures	22
VII. Les difficultés rencontrées :	31

Chapitre II: Cadre théorique

Partie 01 : La communication interne

Introduction	34
I. Définition de la communication interne :	34
II. L’histoire et l’évolution de la communication interne	35
III. Les outils de communication interne	35
III. 1 Les moyens écrits	35
III.2 Les moyens oraux.....	37
III.3 Les moyens techniques.....	38
IV. Les objectifs de la communication interne.....	39
V. Les formes de communication interne :	40
V.1 Verticale	40
V.2 Horizontal.....	41
VI. Le processus de la communication	42
VII. La stratégie de la communication interne	43
VIII. Les théories de la communication	44
VIII.1 Le Modèle de Shannon et Weaver	44
VIII.2 Le modèle Lasswell.....	45
VIII.3 Le modèle de Jakobson	47
Conclusion.....	49

Partie 02: La socialisation organisationnelle

Introduction	51
--------------------	----

I. Les définitions de la socialisation organisationnelle.....	51
II. Les étapes de la socialisation organisationnelle :	52
II.1 La socialisation anticipée.....	52
II.2 L'intégration	53
II.3 Le management de son rôle	53
III. Les tactiques de socialisation dans les organisations	54
IV. Les modèles de socialisation.....	56
IV.1 Le modèle de Fisher (1986)	56
IV.2 Le modèle récapitulatif de Feldman.....	57
IV.3 Le modèle de Van Maanen et Schein 1979.....	57
V. L'intégration de nouveau recruté.....	60
VI. Les méthodes d'intégration.....	60
VII. Les tactiques individuelles d'intégration.....	61
Conclusion.....	64

Chapitre III: Analyse et interprétation des données

Préambule.....	66
1. Présentation de l'organisme l'APC d'akbou.....	66
1.1 Caractère juridique et mission principale de l'APC :.....	66
1.2 Les missions des différentes structures de l'APC :.....	66
2. Les moyens de communication organisationnelle utilisés au sein de l'APC d'AKBOU ...	68
3. L'échantillon de l'enquête.....	69
4. Protocole de la recherche	69
4.1 Le lieu d'enquête	69
4.2 la durée de l'enquête	70
5. L'analyse et interprétation des résultats	71
5.1 Les caractéristiques socio professionnelle de la population d'étude.....	71
5.2 Analyse et interprétation des donnés :.....	72

Table des matières

6. Vérification des hypothèses	81
Conclusion générale	84
Bibliographie	86
Annexes	
Table des matières	

Résumé :

Notre thème de recherche porte sur la communication interne et la socialisations organisationnelle au sein de L'APC, Le choix de notre thème est motivé par un ensemble de raisons : Acquérir des connaissances sur la communication interne et la socialisation organisationnelle, L'importance de thème par rapport à notre spécialité (sociologie de communication)... nous avons opté pour la méthode qualitative dans lesquelles en a utilisé deux techniques l'entretien et l'observation. Notre problématique de recherche porte sur l'influence de la communication interne sur la socialisation organisationnelle, Nous avons choisis L'APC d'AKBOU comme lieux de notre enquête de terrain. Notre choix du lieu de l'enquête a pour but de connaître la réalité de la socialisation et intégration organisationnelle, et le rôle de la communication interne au sein de L'APC d'AKBOU. D'après les données recueillies auprès de notre échantillon, La majorité de nos enquêtées ont dit que ils sont intégrer grâce a l'aide de leur compétences et l'aide des collègues de travail (communication interne) et pour résumé notre résultat de recherche en peux dire que la communication interne influence la socialisation organisationnelle au sein de l'APC d'akbou.

Our research theme focuses on internal communication and organizational socialization within the APC, The choice of our theme is motivated by a set of reasons: Acquire knowledge on internal communication and organizational socialization, The importance of the theme in relation to our specialty (sociology of communication)... We opted for the qualitative method in which we used two techniques: interview and observation. Our research problem concerns the influence of internal communication on organizational socialization. We chose the APC of AKBOU as the location for our field investigation. Our choice of the location of the investigation aims to know the reality of socialization and organizational integration, and the role of internal communication within the APC of AKBOU. According to the data collected from our sample, the majority of our respondents said that they are integrated thanks to the help of their skills and the help of work colleagues (internal communication) and to summarize our research result in I can say that internal communication influences organizational socialization within the Akbou APC.