Questions de communication

3 | 2003
Frontières disciplinaires

Stéphane OLIVESI, *La communication au travail. Une critique des nouvelles formes de pouvoir dans les entreprises*

Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, coll. La communication en plus, 2002, 164 p.

Vincent Meyer

Édition électronique
URL : http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7567
DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7567
ISSN : 2259-8901

Éditeur
Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée
Date de publication : 1 juillet 2003
ISSN : 1633-5961

Référence électronique
Vincent Meyer, « Stéphane OLIVESI, *La communication au travail. Une critique des nouvelles formes de pouvoir dans les entreprises* », *Questions de communication* [En ligne], 3 | 2003, mis en ligne le 09 août 2013, consulté le 22 septembre 2020. URL : http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7567 ; DOI : https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7567

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

Tous droits réservés

Stéphane OLIVESI, *La communication au travail. Une critique des nouvelles formes de pouvoir dans les entreprises*

Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, coll. La communication en plus, 2002, 164 p.

Vincent Meyer

RÉFÉRENCE

Stéphane OLIVESI, *La communication au travail. Une critique des nouvelles formes de pouvoir dans les entreprises.* Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, coll. La communication en plus, 2002, 164 p.

1 Qu'on ne s'y trompe pas, cet ouvrage n'est pas le énième manuel d'introduction commis pour la littérature managériale sur une "bonne" communication interne ou le bien-gérer par la communication. On découvre rapidement le projet de l'auteur : élucider le lien entre communication et pouvoir. Stéphane Olivesi, consultant en entreprise puis maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, voit dans la communication en entreprise des formes et des intentions de communication-pouvoir, et même de communications-dominations : "L'émergence de la communication et les nouvelles formes de pouvoir qui lui sont associées, découlent de la nécessité d'adapter les rapports de domination à l'évolution des rapports de production" (p. 10). Quoique sans grande nouveauté, la (re)mise au jour de ce lien est exposée avec clarté et les pratiques et les recettes de la communication managériale, voire de "l'assujettissement managérial", sont judicieusement questionnées.

2 Le livre est structuré en cinq chapitres utilisés pour comprendre le développement et le renforcement de ce lien dans les logiques actuelles de production. L'abondance bibliographique autour de la communication dans le monde du travail motive, sans doute, le souci de "mise au point" présent dans les deux premiers chapitres. Ainsi, est

d'abord mis en évidence l'institutionnalisation de la communication dans l'entreprise, notamment par les influences successives de la sociologie crozérienne, des dimensions législative et syndicale mais surtout par ce que l'auteur appelle, à juste titre, "l'illusion participative" dont les méthodes traduisent "la nécessité de rendre acceptables les contraintes de la production et, à cette fin, de conduire les salariés à devenir des prescripteurs dans l'exercice de ces mêmes contraintes" (p. 30). Prenant acte de ces différentes pratiques, Stéphane Olivesi décrit ensuite l'organisation communicationnelle et précise en quoi "la communication joue un rôle prépondérant [...] à la fois comme outil et [comme] la condition de la recomposition des rapports de production et de la relation salariale fordienne" (p. 41). Ici, l'auteur ne conclut pas, loin s'en faut, à un "effacement du taylorisme" et, ce faisant, questionne l'émergence de certains aménagements organisationnels ("juste-à-temps, kaizen, cercles de qualité, équipes autonomes de production, etc."). Puis, une large place est faite aux nouveaux lieux communs des rapports de production où les formes et intentions de communication sont pensées comme primordiales à savoir : la rationalité gestionnaire, la flexibilité, les aménagements sociotechniques liés à l'informatisation. Stéphane Olivesi tente, ensuite, de montrer par le résumé de cinq études sur l'insertion des technologies de l'information et de la communication (TIC), l'impact et l'apport de ces dernières. Ici, on peut regretter qu'il soit aussi elliptique et ne consacre pas davantage de pages à cette nouvelle instrumentalisation de la communication, notamment aux contraintes d'appropriation et d'utilisation des objets techniques, ou encore à la réorganisation des espaces de travail qu'elle demande ou prévoit.

3 Un chapitre est ensuite consacré à la gestion du symbolique par la communication. Ce point est d'importance dans une communication-pouvoir, en particulier lorsque cette gestion vise "une volonté de neutralisation et d'imposition de systèmes de représentation". L'auteur revient ainsi sur l'influence du discours managérial et de l'idéologie qu'il sous-tend, sur la promotion de celui-ci par diverses institutions de formation et sur les traductions édulcorées de l'apport des sciences sociales dans différentes stratégies internes de communication et d'expression. Ces dernières peuvent progressivement instituer une "parole légitime" et/ou limiter tout contre-discours ou discours alternatif sur l'organisation du travail ou des rapports sociaux dans l'entreprise. Comme le fait justement remarquer Stéphane Olivesi : "Le rôle croissant imparti à la communication interne traduit [aussi] la volonté de maîtriser l'environnement symbolique dans lequel les salariés inscrivent leur force de travail" (p. 89). Il rappelle encore, par quelques lignes essentielles, que dans ces "nouveaux impératifs de gouvernement des salariés", domination linguistique et domination sociale ne font qu'une.

4 La question de "l'emprise des savoir-être" permet d'aborder un pan spécifique et bien connu de la professionnalisation dans et par la communication, telle la façon dont les uns et les autres, en fonction de leurs (dis)positions, équipent leur compétence professionnelle par des formes particulières de sociabilité, par des signes et objets conventionnels, avec des événements "hors les murs" : l'ensemble permettant d'établir des logiques de distinction et de démarcation et donc de reconnaissance, de conformité et d'acceptation de la culture managériale et/ou d'entreprise. Cette acculturation passe aussi par les possibilités de plus en plus importantes de formation continue dont les contenus, les propositions de (re)médiation et d'apprentissages communicationnels (e.g. l'autoscopie, l'analyse transactionnelle, la Programmation Neuro-Linguistique) souvent discutables, méritaient d'être ici encore davantage discutées, pour mieux

montrer l'éclectisme de leurs hypothétiques apports comme celui de leurs fondements. Tout ceci mettant progressivement "la personnalité" au cœur de la légitimation d'une compétence reléguant du même coup la qualification au second plan ; ceci, notamment dans certains recrutements et/ou dans l'art et la manière de faire carrière dans une gestion toujours plus instrumentalisée des ressources dites humaines. Le livre se c1ôt (en l'absence, assez surprenante, de conclusion) par une analyse rapide du phénomène qualité (équipement aujourd'hui indispensable de l'expertise des rapports de production) et de son versant communicationnel, notamment parce que, pour l'auteur, elle participe "de la politique de communication externe puisqu'elle constitue un outil essentiel de la fiabilisation des relations interentreprises" (p. 133), mais traduit, aussi, une volonté de rationalisation, de transparence, de traçabilité et, in fine, de contrôle généralisé.

5 En résumé, l'intérêt de l'ouvrage tient dans les deux lectures qu'on peut en faire : celle d'une mise à jour synthétique (toujours utile) des "formes vivantes de la communication" en entreprise, et celle d'une généalogie bien esquissée des formes de communication-pouvoir dans les situations de travail.

INDEX

oeuvrecitee Communication au travail. Une critique des nouvelles formes de pouvoir dans les entreprises (La) – (Stéphane Olivesi, 2002)

AUTEURS

VINCENT MEYER

CREM, université de Metz