Insolite : Les 7 pÃ©chÃ©s capitaux du mail, les comportements peu Ã©thiques
Insolite
PostÃ© par : JerryG
PubliÃ©e le : 23/11/2011 14:00:00

Le mail est devenu le mode de communication le plus utilisÃ© dans les entreprises amenant les utilisateurs Ã avoir recours Ã des pratiques parfois peu Ã©thiques voir improductives et trÃ¨s insolites. DÃ©clinaison ci-dessous de ces nouveaux comportements,**ils sont sept Ã l'instar des pÃ©chÃ©s capitaux !**

Vous Ãªtes-vous dÃ©jÃ senti dÃ©passÃ© par le nombre de mails reÃ§us par jour ? Vous est-il arrivÃ© d'Ãªtre harcelÃ© par un collÃ¨gue exigeant une rÃ©ponse immÃ©diate Ã ses courriels ? Ou encore vous retrouver au cÅ□ur d'un Ã©change de mails entre collÃ¨gues Ã©chauffÃ©s ? Oui, le mail est devenu le mode de communication le plus utilisÃ© dans les entreprises.

Outil dÃ©sormais incontournable, il a rÃ©cemment acquis mobilitÃ© et ubiquitÃ© avec le dÃ©veloppement des Smartphones et AndroÃ¯ds. De telles caractÃ©ristiques qui amÃ¨nent Ã des comportements parfois peu Ã©thiques et souvent improductifs. DÃ©clinaison de ces nouveaux comportements et des solutions pour y remÃ©dier.

Fernando Lagrana, Ã©tudiant en DBA Ã Grenoble Ecole de Management, professeur auxiliaire de management Ã la Webster University de GenÃ¨ve et responsable des partenariats Ã l'Union internationale des tÃ©lÃ©communications, s'est penchÃ© sur les questions d'Ã©thique dans l'utilisation des communications Ã©lectroniques dans le monde du travail. Son travail de thÃ¨se lui a permis de mettre en exergue les comportements les plus frÃ©quents des utilisateurs du mail. Ils

sont sept, Ã l'instar des pÃ©chÃ©s capitaux...

PÃ©chÃ© nÂ°1 : la douce exubÃ©rance (ou la multiplication des mails superflus).

C'est le travers typique des utilisateurs qui surchargent inutilement les boÃ®tes mails. A titre d'exemple, l'employÃ© zÃ©lÃ© qui transmet ses courriels Ã plus de destinataires que nÃ©cessaire ou utilise la Â«RÃ©ponse Ã tousÂ» et le Â« Merci !Â» sans discernement.

Ce sont aussi des collÃ¨gues adeptes du Â« clique et fonce Â» qui, Ã peine ont-ils envoyÃ© leur mail, qu'ils font irruption dans le bureau du destinataire ou l'appellent pour avoir une rÃ©ponse immÃ©diate.

PÃ©chÃ© nÂ°2 : l'identitÃ© mÃªlÃ©e (ou la fin des frontiÃ¨res entre public et privÃ©)

Elle concerne la sÃ©paration vie professionnelle/vie privÃ©e qui auparavant Ã©tait plus marquÃ©e. L'avÃ¨nement du courrier Ã©lectronique et des mobiles a fait disparaÃ®tre les frontiÃ¨res entre ses deux mondes.

Le collaborateur reÃ§oit les photos de sa famille sur son mail professionnel comme il peut consulter ses mails professionnels depuis son domicile ou en accompagnant son enfant Ã une activitÃ© extra scolaire.

PÃ©chÃ© nÂ°3 : la froide indiffÃ©rence (ou la dÃ©shumanisation du management)

L'indiffÃ©rence est une nouvelle forme d'abus de pouvoir Â«Ã©lectroniqueÂ», quand un manager montre de maniÃ¨re ostentatoire et publique, par le biais des messageries Ã©lectroniques, qu'il dÃ©tient seul le pouvoir de dÃ©cider et d'imposer. Ces attitudes, qui s'Ã©taient estompÃ©es depuis les annÃ©es 70 et 80, reviennent avec les TIC.

Mais ce sont aussi des attitudes d'exclusion volontaire, comme l'omission abusive, quand un collaborateur est sciemment exclu d'une liste de distribution et ainsi privÃ© d'information, ou le silence, lorsque les mails de certains Ã©metteurs sont dÃ©libÃ©rÃ©ment ignorÃ©s.

PÃ©chÃ© nÂ°4 : la colÃ¨re enflammÃ©e (ou l'insulte en ligne)

Elle concerne souvent les dÃ©bats en ligne ou des oppositions qui se font par mails interposÃ©s. Ces mails souvent secs dÃ©nuÃ©s d'Ã©motion peuvent aller trÃ¨s loin et prendre Ã parti d'autres collaborateurs ou managers en copie des messages Ã©changÃ©s, rendant le dÃ©bat public. Un tel comportement est rendu possible par le sentiment de sÃ©curitÃ©, voire d'impunitÃ©, ressenti par les rÃ©dacteurs des courriels : auraient-ils de tels mots si leur interlocuteur Ã©tait prÃ©sent ?

PÃ©chÃ© nÂ°5 : la vÃ©ritÃ© perdue (ou l'art de manipuler le courriel)

Dans un courrier Ã©lectronique, comme dans la plupart des documents Ã©lectroniques, aussi bien l'enveloppe du message que son contenu peut-Ãªtre manipulÃ©s ou altÃ©rÃ©s, souvent pour nuire. Un tel comportement est totalement contraire Ã l'Ã©thique et Ã l'esprit des crÃ©ateurs du mail.

PÃ©chÃ© nÂ°6 : l'ambiguÃ¯tÃ© coupable (ou comment gagner du temps)

Certains utilisateurs se servent du mail pour rÃ©diger volontairement des messages ambigus ou en

prÃ©tendant ne pas comprendre le sens d'un message, pourtant clair aux yeux de son rÃ©dacteur. On appelle ce premier comportement, l'ambiguÃ¯tÃ©, le second la confusion, des mÃ©thodes souvent utilisÃ©es par celles et ceux qui ont tendance Ã toujours remettre Ã demain.

PÃ©chÃ© nÂ°7 : la porte des secrets (ou l'indiscrÃ¨te observation)

Avec les mails se pose le problÃ¨me de la supervision des messages par l'entreprise et le respect de la sphÃ¨re individuelle, considÃ©rÃ© comme un droit moral pour certains. Ici on touche le cÅ□ur de l'Ã©thique. Ne pas tenir compte de ce droit individuel est-il justifiÃ© par le bien de la communautÃ© que constitue l'entreprise ?

Les solutions : crÃ©er un permis de Â« mailer Â» ?

Au-delÃ de ces constatations, quelles solutions apporter pour amÃ©liorer l'utilisation du mail et les codes de communication dans l'entreprise ?

Fernando Lagrana explique dans sa thÃ¨se que l'utilisation incorrecte des mails est souvent liÃ©e Ã un manque d'expÃ©rience des utilisateurs. En effet rappelons qu'Ã l'origine, le mail a Ã©tÃ© crÃ©Ã© pour la communautÃ© acadÃ©mique qui possÃ©dait dÃ©jÃ des rÃ¨gles de communication bien Ã©tablies. La gÃ©nÃ©ralisation de son utilisation s'est faite sans Ã©tablissement de rÃ¨gles d'usages.

L'une de ses prÃ©conisations est d'inclure dans la formation, un volet relatif au choix du mode de communication en fonction du type d'information Ã communiquer et du public auquel elle s'adresse. MÃªme s'il est trÃ¨s utile, le mail n'est pas le moyen universel pour communiquer et d'autres moyens sont Ã privilÃ©gier dans nombre d'activitÃ©s.

L'autre grand champ d'actions porte sur la culture d'entreprise et la place de l'Ã©thique au sein mÃªme de son organisation. Il est essentiel que les entreprises Ã©tablissent, mettent en place et diffusent une politique relative Ã l'usage des TIC. Les employÃ©s doivent connaÃ®tre les comportements admissibles ou proscrits. La mise en place de chartes d'utilisation signÃ©e par les employÃ©s peut Ãªtre un exemple.

Pour **Fernando Lagrana**, Â«*Cet effort doit Ãªtre commun car nous sommes tous Ã©gaux devant l'Ã©thique. Tels les piÃ©tons et les conducteurs des rÃ©seaux routiers, rÃ©dacteurs et destinataires des milliards de courriels qui circulent sur les rÃ©seaux d'information partagent un espace commun. C'est pourquoi, sans aller jusqu'Ã imposer un permis de conduire, chacun devrait faire l'effort d'apprendre le code de la route de ces nouveaux rÃ©seaux* Â»