

# Le message électronique : une propriété privée ? Perception des salariés quant à la propriété de leurs courriels et au respect de leur vie privée sur le lieu de travail<sup>1</sup>

Florence RODHAIN<sup>1</sup> & Ritu AGARWAL<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Maître de Conférences  
Institut des Sciences de l'Ingénieur de Montpellier (ISIM)  
Centre de Recherche en Gestion des Organisations (CREGO)  
Université Montpellier 2

<sup>2</sup>Associate Professor,  
Decision and Information Technologies, The University of Maryland, USA

---

## RÉSUMÉ

---

*Bien qu'à l'âge de l'information se posent de plus en plus de questions éthiques en général et de respect de la vie privée en particulier, on observe dans le même temps une surprenante absence de littérature académique sur le sujet. La recherche présentée dans cet article contribue à combler ce manque en se focalisant sur les problèmes de propriété des messages électroniques (courriels) des salariés, reçus sur le serveur de l'organisation dans laquelle ils travaillent. Plus précisément, nous examinons l'attitude des salariés envers l'utilisation du courriel, leurs perceptions et attentes en termes de propriété de ces messages, ainsi que de nombreuses caractéristiques de l'environnement de travail. Basées sur la littérature en organisation ainsi que sur les premiers travaux portant sur l'utilisation du courriel dans les organisations, plusieurs hypothèses de recherche sont proposées. Les réponses collectées auprès de 193 questionnaires utilisables, incluant des utilisateurs de la messagerie électronique dans deux contextes nationaux différents et dans des organisations pratiquant des politiques d'utilisation du média différentes, ont été utilisées pour tester les hypothèses. Bien que nous n'examinions pas explicitement dans cette recherche les effets d'une politique d'utilisation donnée, les résultats ont cependant des implications intéressantes pour les organisations souhaitant élaborer et mettre en place une politique. Outre quelques recommandations destinées aux praticiens, l'article s'achève par quelques implications théoriques.*

**Mots-clés** : Messagerie électronique, Vie privée, Éthique, Surveillance électronique.

---

<sup>1</sup> Merci à la FNEGE qui a financé en partie cette étude par l'octroi d'une bourse de perfectionnement à l'étranger

---

**ABSTRACT**

---

*In spite of the growing importance of ethical and privacy concerns in the information age, there is a surprising paucity of academic literature on the subject. The research reported in this paper attempts to address this gap by focusing on privacy perceptions related to email. We adopt a behavioral perspective on the use of email in that we treat email policy as an embodiment of managerial beliefs and values about the employer-employee relationship and the role of communication in the workplace. Specifically, we examine employee attitudes towards email, their perceptions and expectations regarding the privacy and ownership of email, and a variety of work environment characteristics. Drawing upon prior theoretical work in organizational behavior and the use of email in work contexts, we propose a variety of research hypotheses. Data gathered from a sample of 193 respondents, which includes email users from two different national contexts with different email policies in the host organizations, is used to test the hypotheses. While we do not examine the effects of a specific policy in this study, our results nonetheless have interesting implications for organizations desirous of constructing an email policy. Theoretical implications as well as guidelines for practicing managers are offered.*

**Key-words:** Electronic Mail, Privacy, Ethic, Monitoring.

## I. INTRODUCTION

Les capacités de stockage et de diffusion de l'information ont atteint une proportion telle qu'elles autorisent une utilisation nouvelle de l'information dans l'histoire de l'humanité. Ceci entraîne inmanquablement des questions éthiques sur l'usage approprié de ces nouvelles capacités. En l'absence de codes éthiques voire de lois en la matière, l'usage précède la réglementation. Est-il légal qu'un employeur lise le courrier électronique de ses employés, reçus sur le serveur de l'organisation ? Est-il légal qu'un employé lise le courrier électronique d'un autre employé ? Un employé peut-il légalement, sur son lieu de travail et pendant son temps de travail, utiliser le courrier électronique pour des communications de type privé ? Il suffit de poser ces questions toutes simples à n'importe quel juriste pour voir à quel point les réponses ne sont pas aisées. En France, il n'existe pas de réglementation spécifique à la messagerie électronique. De ce fait, il faut se référer à des lois pré-existantes, comme par exemple la réglementation sur l'usage du courrier traditionnel. Mais d'un juriste à l'autre les interprétations peuvent différer. Il faut alors attendre des conflits et une jurisprudence pour voir quelle position la loi adopte pour réglementer de nouveaux comportements rendus possibles par l'émergence de nouvelles technologies. Les questions liées à la vie privée et à l'utilisation de la messagerie électronique paraissent de plus être une préoccupation chez les employés, en particulier aux États-Unis, où des événements tels que les cas « Monica Lewinsky » et le cas « Microsoft » ont retenu l'attention du grand public (Fusa-

ro, 1998). Dans ces deux cas célèbres, des messages électroniques échangés entre les protagonistes ont été largement utilisés au tribunal. Moins médiatiques, de nombreux autres cas de poursuites entre employeurs et employés pour une utilisation jugée inappropriée de la messagerie électronique sont apparus aux États-Unis ces dernières années. Certains types de violation de la vie privée ont été rendus possibles uniquement parce que l'information était stockée de façon électronique. Par exemple, l'utilisation des listes permet en quelques secondes de « rediriger » un courrier à un nombre très important de tierces personnes. Combien de fois par jour utilisons-nous la messagerie électronique pour « rediriger » un courrier reçu vers une tierce personne ou vers une liste de personnes ? Cette pratique, qui paraîtrait sans doute innocente en France, est à présent condamnable en Australie, pour des questions de vie privée et de droit d'auteurs. L'observation faite il y a déjà plus d'un siècle par Brandeis et Warren (1890), à savoir que les appareils mécaniques menacent de rendre authentique le proverbe selon lequel ce qui est chuchoté tout bas doit être proclamé tout haut, ne paraît pas avoir tellement vieilli.

D'après une large enquête menée en 1998 (Albernathy, 1998), la messagerie électronique est l'application « en ligne » la plus utilisée, avec environ 15 millions d'utilisateurs sur le lieu de travail. Le média a été reconnu comme facilitant la communication non structurée entre employés, ceci étant favorable à la fertilisation d'idées nouvelles (Sproull et Kiesler, 1986) et à l'innovation dans l'organisation. Cependant, certains cher-

cheurs soutiennent que l'impact de la messagerie électronique pourrait également être moins favorable à l'organisation, au regard par exemple du temps passé par les employés à des tâches improductives et au manque d'attention des salariés aux questions relatives à la sécurité (Machlis et Cole, 1997).

Du point de vue de l'employeur, il est clairement désirable que les employés utilisent la messagerie électronique de façon conforme aux objectifs de l'organisation. De ce fait, si les managers sont favorables au développement d'interactions entre employés non limitées au contexte de la tâche à exécuter, alors l'utilisation du média pour des communications privées pourrait être encouragée. Au contraire, si l'organisation voit uniquement la messagerie électronique comme un moyen de communication efficace au regard des tâches que les employés ont à accomplir, alors une utilisation exclusive au contexte de la tâche devrait être encouragée.

Cependant, l'utilisation massive du média a précédé plutôt que suivi l'évolution des politiques mises en place par l'organisation, et, par conséquent, des normes de comportements émergentes plutôt que des règles sont utilisées par les employés pour réguler leur comportement.

Les questions relatives au caractère privé de la messagerie électronique sont à considérer du point de vue du contexte organisationnel, ainsi que dans une éventuelle dimension internationale. Le phénomène de la globalisation et de la diversité de la main-d'œuvre implique une compréhension des impacts des politiques d'utilisation

de la messagerie électronique à travers différents contextes culturels. Les lois régissant la vie privée sur le lieu de travail en général varient de façon significative à travers le monde (Machlis, 1999). Par exemple, au sein des pays industrialisés, les États-Unis sont considérés comme ayant probablement le portefeuille de lois sur la vie privée le moins étayé. À l'opposé, l'Union européenne a récemment passé une directive sur les données privées présentant des règles précises au regard de l'utilisation d'informations personnelles par l'employeur (Gillmor, 1998).

Bien que l'importance des questions éthiques et de vie privée ne cesse de s'accroître à l'âge de l'information, on constate dans le même temps une surprenante absence de littérature académique sur la question. La recherche présentée dans ce papier se veut être une tentative pour commencer à combler ce manque en se focalisant particulièrement sur les questions de perception de la vie privée par les employés au regard de l'utilisation de la messagerie électronique. Des données ont été recueillies dans deux pays auprès de 193 salariés dans des organisations ayant mis en place des politiques d'utilisation de la messagerie électronique différentes. La perspective adoptée pour cette recherche est de type hypothético-déductif. Ainsi une série d'hypothèses sera présentée dans un premier temps avant d'exposer les résultats conduisant à infirmer ou confirmer celles-ci. Bien que nous n'examinions pas formellement les effets d'une politique d'utilisation de la messagerie électronique dans le cadre de cette recherche, les résultats nous amènent tout de même à présenter

quelques implications pour les organisations désirant mettre au point une telle politique.

## **II. UTILISATION DE LA MESSAGERIE ÉLECTRONIQUE ET POLITIQUES D'UTILISATION DU MÉDIA : REVUE DE LA LITTÉRATURE**

Comme indiqué précédemment, la littérature académique s'intéressant à l'utilisation et aux politiques d'utilisation de la messagerie électronique est assez pauvre. Celle-ci, combinée avec la littérature professionnelle et grand public, plus abondante, est présentée dans les paragraphes suivants.

La littérature professionnelle nord-américaine ne cesse de rapporter un nombre toujours croissant de conflits entre employeurs et employés impliquant l'utilisation et la possession de messages électroniques. Les premiers conflits sont apparus à la fin des années 80 et les premières décisions de justice sont tombées au début des années 90. Pour ne citer qu'un exemple, prenons un cas célèbre aux États-Unis car parmi les tout premiers traités. Deux employées de Nissan Motor Corporation ont été licenciées lorsque les employeurs ont découvert qu'elles recevaient des courriels où apparaissaient des informations privées à connotation sexuelle (Weisband et Reing, 1995). Ces employées ont porté plainte, accusant l'organisation d'avoir pratiqué une surveillance électronique. Les avocats de Nissan ont gagné le procès en présentant l'argument selon lequel les superviseurs ont le droit de

surveiller tout ce qui pourrait être créé par le biais d'un système informatique possédé par l'organisation (Elmer-Devitt, 1993). Cependant, d'après le département de la justice de Washington (PC Week, 1993), ce droit n'est explicitement formalisé par aucune loi. En l'absence de loi explicite, il apparaît très clairement que ces dernières années, dans le contexte nord-américain, les tribunaux ont résolument pris position du côté des employeurs et ne reconnaissent pas le droit à la vie privée des employés (Vranizan, 1994, Rodhain et Bourrié-Quellinet, 2001). Ce qui est inquiétant, c'est que cette réalité semble être ignorée du grand public nord-américain.

Les employés nord-américains auraient en effet des attentes totalement non fondées et non réalistes au regard du caractère privé de leurs courriels (Welch, 1991, Cappel, 1993). Ces attentes paraissent irréalistes non seulement au regard des pratiques juridiques en vigueur mais également au regard des pratiques des organisations. En l'an 2000, dans un sondage mené par *the American Management Association* (Greco, 2001), rien que 38 % des organisations nord-américaines sondées déclaraient conserver et contrôler le contenu des courriels de leurs employés (contre 15 % en 1997) !

Ainsi, malgré une pratique affichée de contrôle du contenu des courriels des salariés par les organisations, les employés nord-américains continuent à penser que leurs messages électroniques sont leur propriété privée et qu'à ce titre ils sont les seuls à accéder au contenu de leurs boîtes à lettres. La littérature présente trois explications plausibles pour ce paradoxe.

La première explication est liée à la façon dont les salariés se représentent les caractéristiques techniques du média. Les employés pensent à tort que leur courriel est privé à cause de l'illusion donnée par la procédure de login et l'existence faussement rassurante du mot de passe (Cappel, 1993, Weisband et Reinig, 1995). L'hypothèse implicite étant que grâce à la présence du mot de passe, un tiers ne peut accéder à la connaissance des courriels. De plus, certains s'imaginent également à tort que lorsqu'un courriel est détruit, toute trace de son existence disparaît dans le même temps.

La deuxième explication est liée à l'analogie qui peut être faite entre le courrier traditionnel et le courrier électronique. Les employés pensent ainsi à tort que la protection s'appliquant au courrier traditionnel s'applique de la même façon au courrier électronique. Or, du moins dans le contexte nord-américain, il n'en est rien. Les employés savent qu'il est interdit d'ouvrir une enveloppe adressée à une tierce personne et ils pensent tout simplement, par analogie, que le message électronique est également privé.

La dernière explication est de nature organisationnelle. En l'absence de réglementation formelle sur le lieu de travail réglementant l'utilisation judicieuse de la messagerie électronique, certains employés pensent que leur courriel est privé. Cette attente en termes de vie privée pose problème aux États-Unis car c'est la porte ouverte aux conflits entre employés et managers, ces derniers souhaitant s'assurer que le système électronique est bien utilisé pour des activités relatives au travail du salarié (Casarez, 1992). C'est pourquoi

l'adoption et la diffusion d'une politique d'utilisation de la messagerie électronique sont d'importance, non seulement pour éviter les litiges (Goode, 1991, Cappel, 1993) mais également pour créer un sentiment de confiance dans l'organisation (Casarez, 1992).

La littérature révèle deux types prédominants de politiques d'utilisation de la messagerie électronique dans les organisations nord-américaines : la première étant favorable à l'utilisation de la messagerie électronique à des fins privées et la seconde excluant totalement ce type d'utilisation. Par exemple, Epson, Eastman Kodak et Du Pont font partie des organisations ayant défini la messagerie électronique comme la propriété de l'organisation et non de l'employé, tandis que des organisations comme General Motors, McDonnell Douglas et Citibank ont au contraire défini une politique d'utilisation du média autorisant les communications à des fins totalement privées (Goode, 1991, Cappel, 1993).

Ces deux types de politiques totalement opposées reflètent les débats et les controverses opposant les praticiens favorables à la notion de vie privée attachée au média à ses destructeurs. Computerworld (voir Brown, 1994 et Nelson, 1994) a publié un numéro présentant un débat entre les deux camps. Un argument très représentatif des personnes non favorables au caractère privé est celui selon lequel tout ce que l'entreprise paye, achète, supporte, etc., peut uniquement être utilisé pour les tâches organisationnelles (Sullivan, 1993). De l'autre côté, les personnes s'opposant à la pratique de la surveillance

présentent l'argument principal selon lequel une attitude de type « big brother » ne peut que conduire à la suppression de toute créativité. Un représentant de General Motors, Michael Kaminsky, explique : « la philosophie de l'entreprise est que le lieu de travail est un environnement de respect et de confiance mutuels. Ceci exclut totalement une politique visant à accéder et à lire la messagerie électronique des employés » (Cappel, 1993). Harman (1998) soulève que les employés peuvent ressentir un manque de respect lorsque des procédures de surveillance sont mises en place, ce qui peut entraîner des effets négatifs sur la productivité ou la culture organisationnelle. De façon générale, on peut s'attendre à ce que la surveillance de la messagerie électronique des salariés produise les mêmes effets négatifs que la surveillance des autres moyens de communication (DeTienne, 1994, George, 1995).

Bien que la littérature professionnelle regorge d'arguments supportant l'idée selon laquelle la présence d'une politique d'utilisation du média dans l'organisation est importante, on constate que la majorité des organisations nord-américaines ne possèdent toujours pas une telle politique.

En résumé, bien que les problèmes de respect du caractère privé du message électronique dans l'organisation, ainsi que les problèmes liés à la définition et à la diffusion de politique d'utilisation soient d'importance, la littérature académique sur la question est bien peu fournie.

Les objectifs de cette recherche sont les suivants :

- d'infirmer ou de confirmer les résultats de Cappel (1995) à propos des attentes des salariés en termes de respect du caractère privé lié à leurs messages électroniques. Contrairement à Cappel ayant effectué son étude uniquement dans le contexte nord-américain et auprès d'étudiants, nous interrogeons les salariés en contexte réel et dans deux contextes nationaux différents ;
- d'explorer la relation existant entre la présence d'une politique d'utilisation de la messagerie électronique et l'attitude des salariés quant à l'utilisation du média ainsi qu'à d'autres facteurs organisationnels.

### III. HYPOTHÈSES DE RECHERCHE

Comme énoncé plus haut, les utilisateurs de la messagerie électronique pensent généralement que les courriels reçus ou envoyés sur le serveur de leur lieu de travail sont privés (Cappel, Weisbang et Reinig, 1995). Cette croyance apparaît comme persistante même sous l'effet de la couverture médiatique des jugements allant dans le sens contraire. En accord avec la littérature, nous posons alors l'hypothèse suivante :

**H1** : *Les salariés s'attendent à ce que leurs courriels sur le lieu de travail soient considérés comme privés.*

Postulant que la culture nationale a un impact profond sur les croyances et attitudes des individus, Hofstede (1980) recommande aux managers d'adapter

les principes managériaux en fonction des contextes culturels. Le chercheur définit la culture comme la programmation mentale collective des individus dans un environnement. Elle émerge d'une série d'expériences et de valeurs largement supportées par l'environnement social dans lequel se situe l'individu. C'est ainsi que la culture nationale et les lois en vigueur devraient influencer les attentes des individus en termes de respect de leur vie privée. Bien avant la construction de l'Union européenne, de nombreux pays européens avaient des lois relatives à la protection de la vie privée bien plus strictes qu'aux États-Unis. En France, même s'il n'existe pas de protection particulière pour le courriel, d'aucuns pourraient penser que les textes liés à la protection de la vie privée et des données personnelles ainsi que ceux liés à la garantie du secret des correspondances puissent s'appliquer dans le cadre de la messagerie électronique. En fait, jusqu'à la fin des années 90, puisqu'aucun cas de conflits entre employeurs et employés ne s'était déclaré en France, les débats sur la question étaient inexistantes. Par contre, depuis le début du nouveau millénaire, les débats ont soudainement émergé. Les premiers conflits en France ont opposé employés et employeurs de façon totalement similaire au phénomène émergeant dix années plus tôt aux États-Unis. Des salariés ont été licenciés pour usage non approprié du courriel et ces salariés ont poursuivi leurs employeurs pour licenciement abusif, en arguant du fait que leurs employeurs avaient pris connaissance du contenu de leurs courriels, ce qu'ils considèrent comme une violation de la vie privée. De façon surprenante par rapport à la tradition de protection de la vie privée

des salariés en France, les juges du fond ont tout d'abord, en l'an 2000, tranché en faveur des employeurs, suivant en ce sens la même direction prise par les États-Unis (Lamy Prud'homme Actualités 2000, Travail et Protection Sociale 2001). Puis, l'année suivante, dans une affaire opposant la société Nikon à un de ses employés, les juges se prononcent dans un sens favorable aux salariés (Cour de cassation 2001). Ce jugement est apparu en cassation et l'arrêt est important du point de vue de la jurisprudence. La Cour a déclaré durant ce jugement que l'employeur ne peut « *prendre connaissance des messages personnels émis par le salarié et reçus par lui grâce à un outil informatique mis à sa disposition pour son travail et ceci même au cas où l'employeur aurait interdit une utilisation non professionnelle de l'ordinateur* ». Ainsi, après quelques hésitations, la direction prise par les juges français semble aller à l'encontre de celle prise par les juges nord-américains (Bourrié-Quenillet et Rodhain, 2002).

De plus, contrairement aux États-Unis, on observait en France, jusqu'à récemment, une absence de débats sur la question du respect du caractère privé des courriels. La présence d'une tradition juridique visant à protéger la vie privée du salarié, ainsi que l'absence de débats sur la question, nous amènent à postuler l'hypothèse suivante :

**H1a** : *Les salariés français s'attendent significativement plus que les salariés nord-américains à ce que leurs courriels sur le lieu de travail soient considérés comme privés.*

De manière générale, le comportement sur le lieu de travail est influen-

cé par les attentes exprimées par les employeurs. De telles attentes sont typiquement communiquées par le biais de politiques organisationnelles (Pascalle, 1985). Ainsi, on pourrait prédire que la façon dont la messagerie électronique est utilisée dans l'organisation diffusant une politique encourageant l'utilisation du média à des fins privées est différente de celle qu'on pourrait trouver dans les organisations n'ayant pas une telle politique. En l'absence d'une politique formelle, le comportement serait guidé par les croyances personnelles du salarié en ce qui concerne le caractère privé ou non de ses courriels. Ce qui nous amène à postuler l'hypothèse suivante :

**H2 :** *Les attentes des salariés quant au respect du caractère privé des courriels sur le lieu de travail exercent une influence significative sur la façon dont ils utilisent le média.*

Toute organisation tente de réguler le comportement par l'établissement de procédures explicites, de régulations et de règles codifiées, ou par des contrôles implicites, qui transparaissent à travers les normes sociales (Pascalle, 1985). En général, les employés tentent de se conformer à de telles attentes organisationnelles. Lorsque ces attentes sont explicitement exprimées sous la forme de politiques, alors les théories de la récompense (Katzell et Thompson, 1995) suggèrent que de telles politiques influencent le comportement. L'absence d'une politique spécifique sur l'usage d'une technologie sur le lieu de travail, voire l'existence d'une politique qui ne serait pas appliquée, suggère que les managers souhaitent laisser aux salariés la liberté d'interpréter

l'usage approprié qui serait appliqué à ladite technologie sur le lieu de travail. Une telle autonomie devrait conduire à une attitude plus positive du salarié envers la technologie. Inversement, si les règles très spécifiques de la technologie sont sévèrement appliquées grâce aux régulations, des attitudes négatives risquent d'apparaître. C'est ainsi que nous postulons :

**H3 :** *Les salariés percevant l'utilisation de la messagerie électronique comme étant influencée par les politiques d'utilisation mises en place par l'organisation ont des attitudes plus négatives à l'encontre de l'utilisation de la technologie que les salariés ne le percevant pas.*

Triandis (1979) postule qu'un très grand nombre de comportements humains sont dirigés par l'habitude. Ainsi, si les employés utilisent une technologie d'une façon particulière sur le lieu de travail, et en faisant l'hypothèse que ladite technologie soit disponible dans un environnement différent, il est probable que les salariés conservent les mêmes types de comportements à l'extérieur du lieu de travail. Ceci serait particulièrement vrai lorsque la technologie en question peut être utilisée aussi bien pour des activités privées que pour des activités reliées au travail, comme c'est le cas pour la messagerie électronique. Si une telle hypothèse était vérifiée, ceci présenterait clairement des implications pour les managers désireux de diffuser de telles technologies au domicile des salariés. Ainsi, nous postulons l'hypothèse suivante :

**H4 :** *L'utilisation du courriel à l'extérieur de l'organisation est similaire à l'utilisation de la messa-*

*gerie électronique sur le lieu de travail.*

La littérature suggère que l'appropriation des technologies de l'information par les utilisateurs est loin de se faire de manière uniforme (Orlikowski, 1992). De plus, certains théoriciens de l'organisation suggèrent que la motivation des salariés et leur bien-être sont d'autant plus importants qu'ils sont traités de façon équitable, que la confiance règne et qu'ils jouissent d'une grande autonomie (Hackman, Oldham, Janson et Prudy, 1975). Sur de tels lieux de travail, les employés tenteraient de renforcer la situation par l'utilisation appropriée de technologies allant dans le sens de l'amélioration de la qualité de l'environnement de travail. Ainsi, dans la mesure où une technologie peut concourir à améliorer les interactions sociales entre travailleurs, faciliter la communication non structurée et contribuer à développer un sens communautaire, les organisations cherchant à améliorer la qualité de l'environnement de travail devraient voir de telles capacités exploitées. Dans le cas de la messagerie électronique, on pourrait s'attendre à ce qu'un tel environnement permette une plus grande utilisation du média pour une communication de type privé. Ceci est testé à travers l'hypothèse suivante :

**H5 :** *La perception des salariés en termes d'autonomie, de confiance en leur superviseur, le sentiment d'être surveillé au travail, la perception de l'équité et la perception de l'implication organisationnelle influencent de façon significative la façon dont le courriel est utilisé sur le lieu de travail.*

En reprenant l'argument présenté précédemment concernant la persistance des comportements humains conditionnés par l'habitude, nous postulons :

**H5a :** *La perception des salariés en termes d'autonomie, de confiance en leur superviseur, le sentiment d'être surveillé au travail, la perception de l'équité et la perception de l'implication organisationnelle influencent de façon significative la façon dont la messagerie électronique est utilisée à l'extérieur du lieu de travail.*

Si les caractéristiques environnementales décrites précédemment peuvent être potentiellement influencées par de très nombreux facteurs, il en est un très important : les politiques managériales. Lorsqu'ils considèrent leurs comportements comme étant fortement influencés par les politiques organisationnelles, les employés devraient ressentir une perte de liberté et d'autonomie. Des politiques strictes sont susceptibles d'influencer négativement la relation superviseur-subordonné au regard de la confiance du subordonné en son supérieur. Elles seraient également susceptible d'influencer la façon dont les salariés se sentent surveillés et la façon dont ils perçoivent l'équité sur le lieu de travail. L'implication organisationnelle serait également moins importante lorsque les employés perçoivent une perte de contrôle et d'autonomie dans leurs comportements face aux technologies. Nous postulons :

**H6 :** *Les salariés percevant leur utilisation de la messagerie électronique comme étant influencée par une politique d'utilisation*

*considèrent leur environnement de travail comme offrant moins d'autonomie, ont moins confiance en leur superviseur, se sentent plus surveillés, pensent que l'équité dans l'organisation est moins importante et s'impliquent moins dans l'organisation que les salariés ne percevant pas leur utilisation du courriel comme étant influencée par une politique organisationnelle.*

L'étude empirique menée pour tester ces hypothèses est décrite ci-après.

## **IV. MÉTHODOLOGIE**

### **IV.1. Contexte de l'étude et échantillon**

La stratégie de recherche adoptée consiste à enquêter auprès d'utilisateurs de la messagerie électronique dans différents contextes organisationnels. Pour satisfaire aux objectifs de la recherche et pour obtenir des résultats comparables, deux organisations similaires ont été ciblées en France et aux USA. Les deux organisations sont des universités ; l'université américaine possède une politique explicite de l'utilisation du média. Cette politique indique que tous les employés « communiquent et accèdent librement à l'information sur les réseaux électroniques ». Cependant, la politique souligne également que l'Université ne peut garantir une communication absolument privée. De plus, tous les utilisateurs d'ordinateurs sur le campus doivent se conformer aux lois fédérales, étatiques et locales. Tous les employés de l'Université en question sont

des employés de l'État. Or, cet État possède une loi particulière, généralement connue du grand public, qui considère que toute communication par un employé de l'État durant le temps de travail est d'ordre public. Au contraire, l'Université française ne possède aucune politique explicite sur la question.

Le personnel administratif constitue l'échantillon dans les deux universités visées par l'étude. Ces employés exécutent des tâches similaires à celles en vigueur dans n'importe quelle fonction des organisations opérant dans d'autres secteurs, tels que l'administration générale, la comptabilité, la gestion de projet, le travail de secrétariat, etc. Les enseignants-chercheurs ont été intentionnellement exclus de l'étude car nous pensons que la notion de liberté académique fait de cette catégorie de personnel une catégorie à part. Un questionnaire a été mis au point, testé, puis distribué à tout le personnel administratif des deux institutions. Dans l'institution américaine, le questionnaire a été envoyé par courrier à tout le personnel administratif, à savoir environ 1 900 personnes. Les répondants disposaient de deux semaines pour renvoyer le questionnaire. Nous avons pris le soin d'assurer les répondants du caractère confidentiel de leurs réponses. Les mêmes procédures ont été utilisées en France.

Aux USA, 263 questionnaires utilisables ont été retournés. Le taux de réponse est de 15 %. Après avoir éliminé les questionnaires provenant des enseignants-chercheurs (certains enseignants-chercheurs occupent également des positions telles que chef de département ou responsable administratif et

figuraient par conséquent dans les listes originales), le nombre de questionnaires utilisables s'est limité à 151. En France, 725 questionnaires ont été envoyés, et 42 réponses utilisables retournées, ceci constituant un taux de réponse approchant les 6%. Le taux de réponse moins élevé en France peut s'expliquer par le fait que la diffusion et la disponibilité du média au moment de l'étude est considérablement moins important en France qu'aux USA. Cette hypothèse est également confirmée par le fait que 30 questionnaires supplémentaires ont été retournés en France où les salariés indiquaient tout simplement que, n'ayant aucun accès à la messagerie électronique, ils ne se considéraient pas en mesure de répondre aux questions posées. Les deux taux de réponse obtenus sont acceptables en considérant les taux de réponse habituels aux questionnaires postaux.

#### **IV.2. Opérationnalisation des concepts**

La majorité des concepts ont été opérationnalisés en utilisant des échelles de mesure. Dans la mesure du possible, des échelles précédemment construites et validées ont été adaptées au contexte de l'étude. En l'absence de telles échelles, des items ont été construits et testés. Les attentes en termes de respect de la vie privée au regard de l'utilisation du courriel ont été mesurées à l'aide d'une échelle comprenant trois items. L'attitude à l'égard de la messagerie électronique a été mesurée par des items adaptés d'échelles standard mesurant l'attitude (Taylor et Todd, 1995), alors que la perception de l'autonomie a été mesu-

rée par l'utilisation de quatre items conçus par Hage et Aiken (1966). Les échelles concernant la confiance dans le superviseur et l'équité ont été empruntées à McKnight (1997), alors que la mesure de l'implication organisationnelle provenait des travaux de Mowday, Steers et Porter (1979). Les répondants devaient attribuer un score sur une échelle de Likert à 7 points comprenant « Tout à fait d'accord » (1), « Neutre » (4), et « Pas du tout d'accord » (7) sur l'échelle des possibilités. Le questionnaire initial a fait l'objet d'un test qualitatif pilote. Cinq employés administratifs américains dans deux organisations différentes ont rempli le questionnaire puis ont été interviewés pendant un peu plus d'une heure. L'interview visait principalement à identifier les items pouvant prêter à confusion. Le test pilote a conduit à des changements mineurs. Le questionnaire a ensuite été traduit en français. Cinq employés français ont également été interviewés durant une heure environ.

#### **V. ANALYSE DES DONNÉES ET RÉSULTATS**

---

L'échantillon démographique est présenté dans le tableau 1. En moyenne, les répondants ont passé 8,8 années dans l'organisation en question et plus de 17 ans sur le marché du travail. Ils occupent, pour la majorité d'entre eux, des positions de supervision, étant responsables d'environ sept salariés. Les répondants utilisent la messagerie électronique depuis environ cinq ans, et consacrent approximativement une heure par jour à l'utilisation du média. Ces données démographiques

Variable	Moyenne	Écart-type	Échantillon valide
Ancienneté dans l'établissement	8,80	8,31	191
Expérience dans la vie active	17,33	10,89	185
Nombre de personnes supervisées	6,68	26,78	179
Expérience dans l'utilisation du courriel	4,96	3,54	188
Fréquence d'utilisation	5,67	0,88	193
Nombre d'heures d'utilisation du courriel par jour	1,05	0,69	183
Notes :			
1. n = 193.			
2. La fréquence d'utilisation du courriel est mesurée sur une échelle à six points ; 6 = plusieurs fois par jour, 5 = une fois par jour, 4 = quelques fois par semaine, 3 = quelques fois par mois, 2 = rarement, 1 = jamais.			

**Tableau 1 : Description démographique de l'échantillon**

suggèrent que le profil de l'échantillon obtenu est approprié pour les objectifs de l'étude : l'échantillon final se compose de salariés ayant une expérience professionnelle significative ainsi qu'une expérience dans l'utilisation du média.

Les résultats statistiques de l'ensemble des construits sont donnés dans le tableau 2. Comme les données l'indiquent, la fiabilité est obtenue à l'aide de construits multi-items, ce qui améliore la validité interne des mesures (Nunnally, 1978).

Construit	Moyenne	Écart-type	Fiabilité~
Attente en termes de respect de la vie privée (PRIV)	3,61	1,64	0,69
Utilisation du courriel sur le lieu de travail (WORKUSE)	3,69	0,79	*
Influence de la politique d'utilisation (EMPOL)	3,82	1,62	*
Attitude envers l'utilisation du courriel (EMATT)	1,97	1,01	0,85
Utilisation du courriel au domicile (HOMEUSE)	3,15	1,15	*
Perception de l'autonomie (AUT)	4,67	1,58	0,79
Confiance dans le superviseur (TRUST)	2,80	1,56	0,93
Sentiment d'être surveillé (MON)	4,57	1,50	0,83
Perception de l'équité (EQUITY)	3,44	1,45	0,92
Implication organisationnelle (COMMIT)	2,42	1,09	0,86
Notes :			
1. ~ L'alpha de Cronbach est reporté.			
2. Mesures pour un seul item			
3 Voir annexe pour les échelles de mesure			

**Tableau 2 : Statistiques descriptives**

La validité convergente et divergente des mesures est établie à l'aide d'une analyse factorielle dont les résultats sont présentés en tableau 3. Une analyse factorielle en composantes principales avec rotation varimax a décelé sept facteurs dont la valeur propre est supérieure à 1 et qui expliquent 73 % de la variance.

Les hypothèses 1 et 1a, avançant que les salariés s'attendent à ce que leurs courriels soient considérés comme privés, cette attente étant plus importante pour les salariés français que pour les salariés américains, ont été testées en utilisant un échantillon et un échantillon t-test indépendant (tableau 4). Pour l'échantillon entier, aussi bien que pour

Item	Facteur 1	Facteur 2	Facteur 3	Facteur 4	Facteur 5	Facteur 6	Facteur 7
TRUST3	0,831						
TRUST2	0,817						
TRUST1	0,810						
TRUST4	0,794						
EQUITY2		0,815					
EQUITY1		0,810					
EQUITY3		0,807					
EQUITY4		0,777					
COMMIT3			0,800				
COMMIT4			0,797				
COMMIT2			0,793				
COMMIT5			0,777				
COMMIT1			0,771				
EMATT3				0,800			
EMATT2				0,796			
EMATT1				0,793			
EMATT4				0,783			
MON3					0,839		
MON1					0,807		
MON2					0,793		
AUT2						0,811	
AUT1						0,806	
AUT4						0,757	
PRIV3							0,800
PRIV1R							0,771
PRIV2R							0,769
Valeur propre	7,77	3,03	2,71	1,67	1,50	1,24	1,10
% variance	29,89	11,65	10,43	6,44	5,78	4,78	4,23

Note : Analyse en composantes principales avec rotation varimax. Ne sont exposés que les résultats supérieurs à 0,4.

Tableau 3 : Résultats de l'analyse factorielle

	Moyenne	t	p
Échantillon total	3,61	-3,29	0,001***
USA seulement	3,68	-2,44	0,016**
France seulement	3,36	-2,36	0,023**
USA versus France	0,31	1,09	0,298

Notes :

- 1 Des t-tests ont été utilisés pour tester des différences significatives à partir de la moyenne de l'échelle (4)
- 2 La France et les USA ont été comparés en utilisant des t-tests indépendants
- 3 \*\*\* significatif à  $p < 0,01$ .
4. \*\* significatif à  $p < 0,05$

**Tableau 4 : Attentes en termes de respect du caractère privé des courriels (H1 and H1a)**

les échantillons français et américain pris séparément, les attentes étaient significativement positives. Cependant, contrairement à nos prévisions, aucune différence n'a été observée entre les salariés français et les salariés américains dans leurs attentes. H1 est ainsi validée tandis que H1a est rejetée.

H2 avançait que les attentes des salariés en termes de respect du caractère privé de leur courriels influencent la façon dont ils utilisent le média sur le lieu de travail. Cette hypothèse a été testée par une analyse de régression, le lieu de travail étant utilisé comme la variable dépendante, et l'attente des salariés concernant le caractère privé des courriels comme la variable indépendante (tableau 5). La régression F est significative pour les trois échantillons (USA seulement, France seulement, les deux combinés). Le bêta positif obtenu pour les trois régressions suggère que les salariés ayant des attentes plus importantes en termes de respect du caractère privé de leurs courriels ont tendance à utiliser la messagerie électronique pour une communication à la fois personnelle et pro-

fessionnelle. Ces résultats permettent de confirmer l'hypothèse H2. Notons que le coefficient bêta pour l'échantillon français était plus que deux fois supérieur à celui de l'échantillon américain, et presque deux fois plus grand que celui de l'échantillon au complet, ce qui signifie que les employés nord-américains sont moins influencés par leurs attentes en termes de respect de la vie privée dans l'utilisation du média que les employés français.

La relation entre la perception de l'influence d'une politique d'utilisation de la messagerie électronique et les attitudes envers l'utilisation du média (H3) a été testée par l'examen de la corrélation de Pearson entre les deux construits. Cette corrélation (tableau 6) est de 0,219 ( $p < 0,01$ ) pour l'échantillon total ; 0,188 ( $p < 0,05$ ) pour l'échantillon américain, et 0,267 (non significatif) pour l'échantillon français. De ce fait, H3 est confirmée. Bien qu'une différence entre les échantillons français et américains n'ait pas été suggérée a priori, il est néanmoins intéressant de noter que la relation n'est pas significative dans le cas des salariés français.

<b>WORKUSE</b>	<b>Regression F</b>	<b>Beta</b>	<b>t</b>	<b>p</b>
Échantillon total	12,84	0,252	3,58	0,000***
USA seulement	6,25	0,201	2,50	0,014**
France seulement	7,75	0,407	2,78	0,008***

Notes :

1. Sont présentés les coefficients bêta standardisés.
2. \*\*\* significatif à  $p < 0,01$ .
3. \*\* significatif à  $p < 0,05$ .

**Tableau 5 : Effets des attentes eu égard  
au respect du caractère privé des courriels sur l'utilisation  
de la technologie sur le lieu de travail (H2)**

	<b>Corrélation de Pearson : EMPOL et EMATT</b>
Échantillon total	0,219***
USA seulement	0,188**
France seulement	0,267

Notes :

1. \*\*\* significatif à  $p < 0,01$ .
2. \*\* significatif à  $p < 0,05$ .

**Tableau 6 : Relation entre l'influence perçue  
d'une politique d'utilisation du courriel et les attitudes envers  
l'utilisation de la technologie (H3)**

L'hypothèse 4 avançait qu'à travers un processus d'habitation, la façon dont la technologie est utilisée sur le lieu de travail serait identique à la façon dont elle est utilisée à l'extérieur. Afin de tester cette hypothèse nous avons commencé par éliminer de l'échantillon les questionnaires des salariés n'accédant pas au serveur de leur employeur de leur domicile. Les résultats obtenus sont présentés dans le tableau 7. La corrélation entre la façon dont la technologie est utilisée au domicile et la façon dont elle est utilisée sur le lieu de travail est significative pour l'échantillon total comme pour l'échantillon américain. Ainsi, les salariés américains qui utilisent la tech-

nologie d'une façon qui leur est propre (c'est-à-dire une combinaison personnelle entre une utilisation pour des raisons strictement personnelles versus une utilisation pour des raisons strictement professionnelles) ont tendance à transposer le même type d'utilisation à leur domicile. La relation non-significative observée en France est certainement attribuable à la taille réduite de l'échantillon. L'accès à la messagerie électronique de l'employeur au domicile est moins important en France au moment de l'enquête qu'il ne l'est aux USA (seulement 9 utilisateurs français ont indiqué qu'ils accédaient au serveur de leur employeur de leur domicile).

	<b>Corrélation : WORKUSE et HOMEUSE</b>
Échantillon total	0,370***
USA seulement	0,357***
France seulement	0,476
Notes .	
1. *** significatif à $p < 0,01$ .	
2 Les corrélations de Pearson sont rapportées pour l'échantillon total et pour l'échantillon nord-américain , étant donné la faible taille de l'échantillon, c'est le $\tau$ de Kendall qui est reporté pour la France.	

**Tableau 7 : Relation entre l'utilisation sur le lieu de travail et au domicile (H4)**

Les caractéristiques de l'environnement de travail étaient supposées influencer la façon dont les salariés utilisent la technologie aussi bien sur le lieu de travail qu'à leur domicile (H5 et H5a). Ces deux hypothèses ont été testées en utilisant une procédure linéaire, toutes les caractéristiques environnementales étant considérées comme pouvant prédire l'utilisation sur le lieu de travail et au domicile (tableau 8). En ce qui concerne l'utilisation sur le lieu de travail, la perception de l'équité était très faiblement signifi-

cative, alors que l'implication organisationnelle était très significative. Dans le cas de l'utilisation au domicile, les perceptions de l'autonomie et de l'équité étaient faiblement significatives ( $p < 0,1$ ), alors que la perception de l'implication organisationnelle était très significative. Dans cet échantillon, la confiance dans le superviseur et la perception d'être surveillé ne montrent aucune relation avec la façon dont la messagerie électronique était utilisée aussi bien sur le lieu de travail qu'au domicile.

<b>Construit</b>	<b>WORKUSE</b>		<b>HOMEUSE</b>	
	<b>F</b>	<b>p</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
AUT	1,21	0,272	3,25	0,076*
TRUST	0,28	0,501	0,16	0,690
MON	0,19	0,662	0,30	0,589
EQUITY	3,40	0,067*	3,79	0,056*
COMMIT	4,64	0,033**	5,49	0,022**
Notes .				
1 Une procédure linéaire a été utilisée pour cette analyse				
2 ** significatif à $p < 0,05$ .				
3 * significatif à $p < 0,1$ .				

**Tableau 8 : Influences des caractéristiques de l'environnement de travail sur l'utilisation de la technologie sur le lieu de travail et au domicile (H5 et H5a)**

Test multivariables : F = 2,13 ; Trace Pillai = 0,06		
Construit	F	p
AUT	5,10	0,025**
TRUST	0,25	0,746
MON	10,42	0,030**
EQUITY	1,45	0,403
COMMIT	0,69	0,446
Notes :		
1. ** significatif à p < 0,05.		

**Tableau 9 : Effets de l'influence perçue d'une politique d'utilisation du courriel : résultats MANOVA (H6)**

La dernière hypothèse avançait que la façon dont les salariés considèrent leur comportement comme étant influencé par les politiques d'utilisation de la technologie a un effet significatif sur leur perception des caractéristiques organisationnelles examinées auparavant. À cause de l'existence de variables dépendantes multiples et corrélées, une analyse de la variance a été utilisée pour tester H6 (tableau 9). Les perceptions de l'application d'une politique exercent bien une influence significative sur la perception de l'autonomie au travail, ainsi que sur les perceptions d'être surveillé. Par contre, aucune influence sur la confiance dans le superviseur, sur l'équité, et sur l'implication organisationnelle n'a été observée. Ainsi, H6 n'est validée que partiellement.

En résumé, le tableau 10 propose un récapitulatif des hypothèses et des résultats obtenus.

Avant de discuter les implications de ces résultats, quelques limites doivent être avancées. Nous n'avons conduit cette étude que dans deux organisations, par conséquent la généralisation des résultats est nécessairement limi-

tée. Les variables dépendantes et indépendantes ont été mesurées au même moment dans le temps, de ce fait il est délicat d'attribuer une causalité particulière de façon définitive. Une autre limite est liée à la véracité du discours des répondants. Il est difficile de vérifier si les répondants ont honnêtement rempli le questionnaire, en particulier pour la question liée à leur utilisation du courriel (personnelle versus professionnelle). Non seulement les répondants peuvent nous mentir, mais ils peuvent également se mentir à eux-mêmes, en se persuadant par exemple d'utiliser le média de la façon dont ils le souhaiteraient mais qui ne serait pas conforme à la réalité. De plus, nous n'avons pas défini dans l'étude ce que signifie une communication « personnelle » versus « professionnelle ». Or, les frontières entre ces deux types de communication ne sont sans doute pas aussi simples à identifier qu'il pourrait paraître à première vue. Enfin, nous nous sommes intéressées dans cette étude uniquement aux courriels échangés à partir du serveur de l'organisation. Nous avons volontairement occulté une pratique consistant à utiliser des adresses électroniques de type

<b>Hypothèse</b>	<b>Résultat</b>	<b>Commentaires</b>
<b>H1</b> : <i>Les salariés s'attendent à ce que leurs courriels sur le lieu de travail soient considérés comme privés</i>	<b>VALIDÉE</b>	
<b>H1a</b> : <i>Les salariés français s'attendent significativement plus que les salariés nord-américains à ce que leurs courriels sur le lieu de travail soient considérés comme privés.</i>	<b>REJETÉE</b>	
<b>H2</b> : <i>Les attentes des salariés quant au respect du caractère privé des courriels sur le lieu de travail exercent une influence significative sur la façon dont ils utilisent le média.</i>	<b>VALIDÉE</b>	
<b>H3</b> : <i>Les salariés percevant l'utilisation de la messagerie électronique comme étant influencée par les politiques d'utilisation mises en place par l'organisation ont des attitudes plus négatives à l'encontre de l'utilisation de la technologie que les salariés ne le percevant pas.</i>	<b>VALIDÉE</b>	
<b>H4</b> : <i>L'utilisation du courriel à l'extérieur de l'organisation est similaire à l'utilisation de la messagerie électronique sur le lieu de travail.</i>	<b>PARTIELLEMENT VALIDÉE</b>	Hypothèse validée pour l'échantillon total et pour l'échantillon américain et rejetée pour l'échantillon français.
<b>H5</b> : <i>La perception des salariés en termes d'autonomie, de confiance en leur superviseur, le sentiment d'être surveillé au travail, la perception de l'équité et la perception de l'implication organisationnelle influencent de façon significative la façon dont le courriel est utilisé sur le lieu de travail.</i>	<b>PARTIELLEMENT VALIDÉE</b>	Hypothèse validée pour l'implication organisationnelle et pour la perception de l'équité.
<b>H5a</b> : <i>La perception des salariés en termes d'autonomie, de confiance en leur superviseur, le sentiment d'être surveillé au travail, la perception de l'équité et la perception de l'implication organisationnelle influencent de façon significative la façon dont la messagerie électronique est utilisée à l'extérieur du lieu de travail</i>	<b>PARTIELLEMENT VALIDÉE</b>	Hypothèse validée pour l'implication organisationnelle, la perception de l'autonomie au travail et la perception de l'équité.
<b>H6</b> : <i>Les salariés percevant leur utilisation de la messagerie électronique comme étant influencée par une politique d'utilisation considèrent leur environnement de travail comme offrant moins d'autonomie, ont moins confiance en leur superviseur, se sentent plus surveillés, pensent que l'équité dans l'organisation est moins importante et s'impliquent moins dans l'organisation que les salariés ne percevant pas leur utilisation du courriel comme étant influencée par une politique organisationnelle</i>	<b>PARTIELLEMENT VALIDÉE</b>	Hypothèse validée pour la perception de l'autonomie au travail et la perception d'être surveillé.

**Tableau 10 : Résultats**

yahoo, hotmail, voilà, etc., sur le lieu de travail, adresses pour lesquelles l'organisation n'a pas de contrôle aussi systématique que pour les courriels échangés à partir de son serveur. Les recherches futures devraient certainement prendre en compte dans leur analyse cette pratique grandissante.

Cependant, malgré ces limites, l'étude fournit quelques pistes intéressantes sur un phénomène plutôt peu exploré pour l'instant.

## **VI. IMPLICATIONS ET CONCLUSION**

De nombreuses implications pratiques découlent de ces résultats. Les résultats suggèrent que les attentes des salariés concernant le caractère privé de leur communication électronique ont une influence significative sur la façon dont ils utilisent le média sur le lieu de travail. Ces attentes peuvent être le résultat de la diffusion d'une politique d'utilisation de la technologie dans l'organisation. Ainsi, une politique peut exercer un effet direct sur la façon dont les salariés utilisent le courriel. C'est pourquoi, il paraît sensé de recommander aux managers d'adopter et de diffuser une politique d'utilisation de la technologie lorsqu'ils souhaitent favoriser un certain type de comportements.

Les résultats montrent également que les employés aux États-Unis ont une mauvaise interprétation de la loi. Ceci suggère qu'il existe une différence de représentations entre les employés et les managers sur l'usage pouvant être fait de la technologie. Une lecture rapide de la littérature juridique, profes-

sionnelle et quotidienne américaine suffit pour comprendre que la quasi-totalité des conflits sont dus à un manque de communication entre employeurs et employés. Les conflits dans l'organisation sont source de stress, d'inefficacité, de perte de confiance, et de façon générale sont néfastes à la productivité. Pour éviter ces conflits, les organisations nord-américaines ont besoin de communiquer leur perception de ce qu'est un usage approprié de la technologie, particulièrement si elles pensent qu'elles ont le droit de surveiller les messages électroniques de leurs salariés à n'importe quel moment.

Un résultat intéressant de cette recherche concerne le fait que les employés semblent montrer un comportement identique dans l'utilisation du média au domicile et au travail. Ce fait est à considérer par les managers qui souhaiteraient définir une politique par trop rigide. Il se peut qu'un salarié consacre 5 minutes par heure de travail pour une communication personnelle via le courriel. Mais il se peut tout aussi bien que le même salarié consacre 10 minutes par heure à son domicile à des communications professionnelles via ce média. Les managers doivent considérer attentivement ce fait lorsqu'ils tentent de définir une politique d'utilisation de la technologie. De plus, il est à présent possible d'envoyer et de recevoir des courriels à travers un téléphone portable de n'importe quel lieu, par exemple de sa voiture coincée dans les embouteillages, d'un restaurant, ou pendant les vacances. Les frontières entre les heures de travail versus les heures au domicile, du fait des capacités des technologies, deviennent sans cesse de plus en plus floues. Cela induit forcément une ré-

flexion sur le type de contrôle pratiqué par l'organisation (contrôle focalisé sur les résultats versus sur les heures de présence et le travail effectué). Les résultats montrent également que la façon dont la messagerie électronique est utilisée dépend de l'implication organisationnelle. Une implication organisationnelle importante implique une utilisation de la technologie centrée sur le travail et peu de communications personnelles, aussi bien sur le lieu de travail qu'au domicile. Cela signifie qu'il est sans doute plus bénéfique, pour les organisations souhaitant à tout prix (comme il en existe beaucoup aux États-Unis) que leurs employés utilisent la technologie à des fins exclusivement professionnelles, de tenter de créer un environnement tel que les salariés se sentent impliqués, plutôt que d'essayer de faire passer des règles strictes à travers la diffusion d'une politique.

## VII. RÉFÉRENCES

- Abernathy, D.J. (1998), « Who's Watching the Net ? » *Training and Development*, Vol. 52, n° 11, Nov. 18.
- Aiken, M. and Hage, J. (1966), « Organizational Alienation : A Comparative Analysis », *American Sociological Review*, Vol. 31, p. 497-507.
- Betts, M. (1995), « Europe Safeguards Privacy », *Computerworld*, Vol. 29, n° 31, July 31, p. 6.
- Bourrié-Quenillet, M. et Rodhain, F. (2002), « L'utilisation de la messagerie électronique dans l'entreprise. Aspects juridiques et managériaux en France et aux États-Unis », *La Semaine Juridique*, n° 2, janvier, p. 63-69.
- Brandeis, L.D. and Warren, S.D. (1890), « The Right to Privacy », *Harvard Law Review*, Vol. 193.
- Brown, B. (1994), « Companies own E-mail and can monitor it », *Computerworld*, Vol. 28, n° 26, June 27, p. 135-136.
- Cappel, J.J. (1993), « Closing the E-Mail Privacy Gap », *Journal of Systems Management*, Vol. 44, n° 12, December 6-11.
- Cappel, J.J. (1995), « A Study of Individuals' Ethical Beliefs and Perceptions of Electronic Mail Privacy », *Journal of Business Ethics*, Vol. 14, n° 10, p. 819-827.
- Casarez, N.B. (1992), « Electronic mail and employee relations : why privacy must be considered », *Public Relations Quarterly*, Vol. 37, n° 2, Summer, p. 37-41.
- Cour de Cassation Chambre Sociale, arrêt n° 4164 du 2 octobre 2001, Sté Nikon/O, [www.courdecassation.fr/agenda/arrets/arrets/99-42942arr.htm](http://www.courdecassation.fr/agenda/arrets/arrets/99-42942arr.htm).
- DeTienne, K.B. (1994), « Big Brother is watching : Computer monitoring and communication », *IEEE Transactions on Professional Communication*, Vol. 37, n° 1, March, p. 5-10.
- Elmer-Dewitt, P. (1993), « Who's reading your screen ? », *Time*, Vol. 141, n° 3, January 18, p. 46.
- Fusaro, R. (1998), « Cases Highlight Need for E-mail Policies », *Computerworld Online*, October 5.
- Gillmor, D. (1998), « Data Privacy Protection Must Start with IT », *Computerworld*, Vol. 32, n° 45, Nov. 9.
- Goode, J. (1991), « Putting out the flames : the etiquette and law of e-mail », *Online*, Vol. 15, n° 6, November, p. 61-66.
- George, J.F. (1996), « Computer-based monitoring : Common perceptions and empirical results », *MIS Quarterly*, Vol. 20, n° 4, Dec., p. 459-480.
- Greengard, S. (1996), « Privacy : entitlement or illusion ? » *Personnel Journal*, Vol. 75, n° 5, May, p. 74-82.
- Greco, J. (2001), « Privacy Whose Right is it Anyhow ? », *Journal of Business Strategy*, January/February.

Hackman, J.R., Oldham, G., Janson, R. and Purdy, K. (1975), « A New Strategy for Job Enrichment », *California Management Review*, Summer, p. 57-71.

Hartman, L.P. (1998), « The Rights and Wrongs of Workplace Snooping », *Journal of Business Strategy*, Vol. 19, n° 3, May/June, p. 16-19.

Hofstede, G. (1980), « Motivation, Leadership, and Organization : Do American Theories Apply Abroad ? » *Organizational Dynamics*, Summer.

Katzell, R.A. and Thompson, D.E. (1995), « Work Motivation : Theory and Practice », in D.A. Kolb, J.S. Osland and I.M. Rubin (eds.), *The Organizational Behavior Reader*, Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, p. 110-124.

Lamy Prud'homme actualités, Conseil de Prud'hommes de Montbéliard 19 septembre 2000, n° 20, novembre 2000.

Machlis, S. (1999), « US Firms Gird for Privacy Rules », *Computerworld Online*, January 11.

Machlis, S. and Cole, B. (1997), « E-Mail Floods Cause Network Havoc », *Computerworld*, Vol. 31, n° 10, March 10, p. 10.

McKnight, D.H. (1997), *Motivating Critical Computer System Operators : Job Characteristics, Controls, and Relationships*, unpublished Ph.D. dissertation, University of Minnesota.

Miller, S. and Weckert, J. (2000), « Privacy, the Workplace and the Internet », *Journal of Business Ethics*, n° 28, p. 255-265.

Mowday, R.T., Steers, R.M. and Porter, L.W. (1979), « The Measurement of Organizational Commitment », *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 14, p. 224-247.

Nelson, C.L. (1994), « Employers have no right to snoop through mail », *Computerworld*, Vol. 28, n° 26, June 27, p. 135-136.

Nunnally, J.C. (1978), *Psychometric Theory*, Second edition, New York : McGraw Hill.

Orlikowski, W. (1992), « The Duality of Technology : Rethinking the Concept of

Technology in Organizations », *Organization Science*, Vol. 3, n° 3, p. 398-427.

Pascale, R. (1985), « The Paradox of 'Corporate Culture' : Reconciling Ourselves to Socialization », *California Management Review*, Vol. 27, n° 2, 1985.

PC, Week (1993), « Privacy Issue Comes of Age in the Networked World », *Special Report*, Vol. 10, n° 25, June 28.

Posch, R.J. (1996), « E-mail and Voice Mail : Basic Legal Issues for Corporate Management », *Direct Marketing*, Vol. 58, n° 9, January, p. 54-56.

Rodhain, F. et Bourrié-Quenillet, M. (2001), « À qui appartiennent les messages électroniques des salariés ? », *Revue Française de Gestion*, n° 134, Juin-Juillet-Août, p. 81-88.

Sproull, L. and Kiesler, S. (1986), « Reducing Social Context Cues : Electronic Mail in Organization Communication », *Management Science*, Vol. 32, n° 11, November, p. 1492-1510.

Taylor, S. and Todd, P. (1995), « Understanding Information Technology Usage : A Test of Competing Models », *Information Systems Research*, Vol. 6, n° 2, p. 144-176.

Triandis, H.C. (1979), « Values, Attitudes, and Interpersonal Behavior », in H.E. Howe (ed.), *Nebraska Symposium on Motivation : Beliefs Attitudes and Values*, Lincoln, NE : University of Nebraska Press, p. 195-259.

Travail et Protection Sociale, Conseil de Prud'hommes de Paris, 1<sup>er</sup> février 2000, Chronique n° 1, p. 4, 2001.

Vranizan, M. (1994), « For Legal Safety, Companies Need Written Policies on E-Mail Privacy », *Tribune Business News*, January 17.

Weisband, S.P. and Reing, B.A. (1995), « Managing User Perceptions of Email Privacy », *Communications of the ACM*, Vol. 38, n° 12, December, p. 41-47.

Welch, N. (1991), « E-mail privacy not guaranteed : some systems still unprotected legally », *MacWEEK*, Vol. 5, n° 10, March 12, p. 12-13.

## ANNEXE

### Construits et Items<sup>2</sup>

Attentes concernant le caractère privé des communications électroniques (PRIV)

1. Sans me préoccuper de la loi, je pense que mon directeur a le droit de lire mon courriel.
2. Lorsque j'envoie un message électronique, je ne m'attends pas à ce qu'il reste confidentiel.
3. Je suis le propriétaire exclusif de tout le courriel que j'envoie.

### Utilisation de la messagerie électronique sur le lieu de travail (WORKUSE)

Indiquez votre utilisation courante de la messagerie électronique sur votre **lieu de travail** en cochant un des cas suivants :

— Utilisation <b>uniquement</b> pour une communication d'ordre personnel	— Utilisation <b>principalement</b> pour une communication d'ordre personnel	— Utilisation <b>répartie de manière égale</b> entre une communication d'ordre personnel et une communication d'ordre professionnel	— Utilisation <b>principalement</b> pour une communication d'ordre professionnel	— Utilisation <b>uniquement</b> pour une communication d'ordre professionnel
--	--	---	--	--

### Influence de la Politique d'utilisation de la messagerie électronique (EMPOL)

La politique d'utilisation de la messagerie électronique a une influence significative sur la manière dont j'utilise ce média.

### Attitude envers l'utilisation de la messagerie électronique (EMATT)

1. Je pense que la messagerie électronique est un moyen de communication efficace.
2. Je pense que la messagerie électronique est un moyen efficace pour communiquer avec les autres dans le travail.
3. L'utilisation de la messagerie électronique est plaisante.
4. Je prends plaisir à utiliser la messagerie électronique pour communiquer.

### Utilisation de la messagerie électronique au domicile (HOMEUSE)

Indiquez votre utilisation courante de la messagerie électronique de votre employeur lorsque vous vous trouvez à **vos domicile** en cochant un des cas suivants :

— Je n'ai pas accès au serveur de mon employeur à mon domicile	— Utilisation <b>uniquement</b> pour une communication d'ordre privé	— Utilisation <b>principalement</b> pour une communication d'ordre personnel	— Utilisation <b>répartie de manière égale</b> entre une communication d'ordre personnel et une communication d'ordre professionnel	— Utilisation <b>principalement</b> pour une communication d'ordre professionnel	— Utilisation <b>uniquement</b> pour une communication d'ordre professionnel
--	--	--	---	--	--

<sup>2</sup> Tous les items à l'exception de WORK et HOME sont mesurés sur une échelle à 7 points ; 1 = Tout à fait d'accord, 4 = Neutre, 7 = Pas du tout d'accord

**Perception de l'autonomie (AUT)**

1. Dans mon secteur de travail, même les petits problèmes doivent être présentés au niveau supérieur afin de trouver une solution.
2. Chaque décision que je prends doit recevoir l'approbation de mon supérieur hiérarchique.
3. Peu d'actions peuvent être entreprises ici sans que le supérieur hiérarchique approuve la décision.

**Confiance dans le superviseur (TRUST)**

1. Je peux toujours compter sur l'aide de mon supérieur hiérarchique pour les questions importantes.
2. Je pense que mon supérieur hiérarchique prendra les meilleures décisions me concernant.
3. Lorsqu'un problème critique apparaît, je sens que je peux compter sur mon supérieur hiérarchique.
4. J'ai confiance en mon supérieur hiérarchique.

**Sentiment d'être surveillé (MON)**

1. J'ai souvent le sentiment que mon supérieur hiérarchique observe mon travail.
2. Dans ce secteur de travail, la direction supervise les employés de très près.
3. Les employés sont contrôlés de très près dans cette organisation.

**Perception de l'équité (EQUITY)**

1. Je travaille dans un environnement dans lequel les procédures rendent les choses justes et impartiales.
2. Notre environnement de travail promeut l'équité.
3. Les procédures sur mon lieu de travail assurent un traitement juste et équitable.
4. Dans mon travail, il semblerait qu'il existe des pratiques saines qui permettent d'assurer un traitement juste et sans biais des employés.

**Investissement organisationnel (COMMIT)**

1. J'ai envie de donner le meilleur de moi-même, j'ai envie d'être performant(e) pour ce secteur de travail.
2. Je suis prêt(e) à des sacrifices pour aider mon secteur de travail à atteindre ses objectifs.
3. Je suis prêt(e) à faire beaucoup d'efforts pour aider mon secteur de travail à réussir.
4. Je montre par mes actions que je suis réellement concerné(e) par le sort de mon secteur de travail.
5. Je me sens solidaire de mes collègues dans mon secteur de travail.