

Journée d'étude organisée par Florian Malaterre et Véronique Richard du laboratoire GRIPIC, **le mercredi 18 mars 2015** au Grand amphithéâtre du CELSA.

## **« L'éthique dans les pratiques professionnelles de l'information et de la communication »**

### **1) L'éthique : de l'interprétation à la pratique**

L'éthique renvoie aux conditions d'une vie bonne, pour soi et pour les autres<sup>1</sup>. Elle est de l'ordre de l'interprétation et/ou de la pratique. On ne saurait dissocier l'une et l'autre, tant la pratique dépend d'une interprétation<sup>2</sup> et l'interprétation est/dépend d'une pratique<sup>3</sup>. Chacun cherche les valeurs qui l'animent, choisit les principes d'action qui doivent prévaloir, veille aux conditions de leur mise en œuvre, se rend sensible à leur réalité. Que les règles nous soient données ou non, leur sens n'est jamais acquis à l'avance. L'éthique est avant tout un projet, la recherche d'une interprétation et d'une posture adéquates par rapport à la réalité.

Pour autant, l'interprétation et la posture que l'on construit dépendent nécessairement de l'ordre du monde auquel on appartient. Nous appréhendons la réalité par le prisme de nos émotions, de nos intérêts, de nos représentations, de nos modèles de pensée, que l'on convoque, qui nous interpellent ou qui nous mobilisent. Nos habitus, l'ordre social qui organise notre relation avec les autres, influencent notre comportement. L'interprétation n'est jamais purement intellectuelle. Chaque affect donne une valeur à la réalité et s'articule avec des idées ou des systèmes d'idées<sup>4</sup> dans lesquels il trouve un sens logique. C'est ce processus complexe de valorisation et de dévalorisation, entre sensible et rationnel, qu'il nous importe de connaître et de nous approprier.

### **2) L'éthique de la médiation<sup>5</sup>**

La mise en partage de notre interprétation dépend de processus de médiation. Ceux-ci se matérialisent par des dispositifs médiatiques, organisationnels et/ou interactionnels. Les dispositifs, en tant que tels, ont un rôle dans les processus de signification. Ils impliquent des choix préalables de la part de ceux qui mettent en circulation l'information, ils visent à inciter et à orienter la production du sens. Ils peuvent être utilisés pour séduire, convaincre, provoquer une interprétation et/ou une posture, de manière discrète ou marquée, ponctuelle

---

<sup>1</sup> « L'éthique, c'est le désir d'une vie accomplie, avec et pour les autres ; dans des institutions justes », Paul Ricœur, « Éthique et morale », in *Lectures 1 : Autour du politique*, Seuil, 1991

<sup>2</sup> De soi et de l'autre...

<sup>3</sup> On pourrait parler, avec Gianni Vattimo, d'une « éthique de l'interprétation ». Cf. Gianni Vattimo, *Éthique de l'interprétation*, La découverte, 1991

<sup>4</sup> Il s'agit, en ce sens, d'une « idéologie » - sans qu'il soit nécessaire, à ce niveau, de lui attacher un sens péjoratif.

<sup>5</sup> Nous empruntons l'expression à Jean Caune : *Pour une éthique de la médiation*, Presses universitaires de Grenoble, 1999

ou récurrente. Dès lors, il s'agit de considérer que la façon de s'exprimer, le cadre d'analyse, le type de discours, la rhétorique, le format, le type de relation ont une influence sur les modalités d'appropriation des informations que l'on met en circulation. Ces modes d'appropriation peuvent induire des logiques d'action<sup>6</sup>.

Les métiers de l'information et de la communication, en tant qu'ils interprètent et donnent à interpréter, interrogent le sens de ces processus de médiation. Chacun a une conscience, plus ou moins précise, des effets qu'il peut produire. Il est conduit à répondre à des questions qui le dépassent : -dans quelle mesure l'appétence des publics pour un sujet justifie t-elle son traitement ? -quel niveau de transparence adopter sans mettre en péril son activité professionnelle ? - en quoi l'autorité managériale dépend-elle d'une relation d'authenticité avec les salariés ? -dans quelle mesure est-on autorisé à prendre une position politique dans un cadre institutionnel ? Chacun a une marge de manœuvre pour agir de manière plus ou moins éthique<sup>7</sup>, dans les contraintes qui sont les siennes. Le professionnel est/reste responsable de la qualité de l'information qu'il met en circulation autant que de la manière dont il la communique.

### 3) L'éthique professionnelle : aller au-devant de la règle

La plupart des pratiques professionnelles de l'information et de la communication sont encadrées par des lois. Celles-ci visent à nous prémunir contre des comportements inappropriés et à préserver l'ordre éthique de la société. Mais, les lois ne couvrent qu'une partie des situations où est en jeu l'éthique. On peut agir dans la légalité, tout en donnant une orientation non éthique à ses pratiques. Il y a donc un espace d'indétermination, qui peut être utilisé ou non pour une recherche d'éthique. L'influence de telles pratiques n'est pas négligeable. On peut constater, par exemple, que dans une organisation cela peut créer un contexte de confiance ou de défiance, de coopération ou de division, d'épanouissement ou de mal-être.

De nos jours, on voit de nombreuses organisations (entreprises, institutions publiques) revendiquer une approche éthique pour leurs activités. Les chartes éthiques sont un moyen pour les professionnels de se rapporter à leur pratique, et de donner du sens à leurs activités de manière publique<sup>8</sup>. Chaque salarié est invité à respecter les valeurs et les principes d'action que définit l'organisation. Pourtant, peut-on à travers les chartes éthiques répondre à la question de l'éthique ? S'agit-il du seul moyen que nous avons pour nous rapporter à nos pratiques professionnelles

<sup>6</sup> Par exemple, traiter l'actualité sur le registre du drame, peut provoquer des réactions affectives (peur, repli, colère) et se traduire par le choix politique d'une idéologie « sécuritaire »-ou au contraire entraîner une réaction citoyenne.

<sup>7</sup> Il peut, par exemple, travailler à trouver le ton juste pour éviter de traiter un sujet d'actualité en rentrant de manière exagérée dans le *pathos*, il peut critiquer les modalités d'après lesquelles il est invité à interagir, il peut choisir d'éviter de conforter des clivages dans un contexte politique sensible, il peut travailler à donner un autre regard sur l'actualité, etc.

<sup>8</sup> On peut citer, par exemple, le code de conduite de professionnels de la communication d'entreprise : [www.iabc.com/about/code.htm](http://www.iabc.com/about/code.htm), la charte éthique du journal *Libération* : [http://ecrans.liberation.fr/ecrans/2014/07/07/la-charte-ethique-de-liberation\\_1059029](http://ecrans.liberation.fr/ecrans/2014/07/07/la-charte-ethique-de-liberation_1059029) la charte des chercheurs européens : <http://ec.europa.eu/euraxess/index.cfm/rights/europeanCharter>

d'un point de vue éthique ? Quel ordre devons-nous donner aux valeurs prescrites en fonction des situations ? Nos valeurs personnelles font-elles partie de l'équation ? Quel(s) sens peu(ven)t avoir les chartes éthiques en tant qu'outil de communication<sup>9</sup> ?

#### **4) Le partage de l'éthique : émotion, expérience, intellect**

L'éthique dépend d'un engagement personnel. Comment en vient-on à une exigence éthique ? L'éthique est un processus qui requiert, d'un point de vue individuel, un cheminement sensible, intellectuel et expérientiel. Si l'on cherche à porter une éthique à travers son comportement, il semble important d'être attentif à la manière dont peut être perçue notre action et à notre impact objectif sur la réalité. Si l'on vise à partager l'exigence d'une éthique, il paraît difficile de se satisfaire d'une approche prescriptive. Tout d'abord, parce qu'elle paraît contraire à l'autonomie de l'autre, ensuite – et corrélativement – parce qu'elle implique une prétention à la vérité, qui paraît difficile à tenir en éthique tant les perceptions de ce qui doit prévaloir varient. **Pourtant, l'ordre éthique de la société ne tient-il pas de par la force de nos convictions ? L'intercompréhension n'a-t-elle pas elle aussi ses limites ? Pouvons-nous toujours nous entendre ? Peut-on faire autrement qu'être prescriptif quand il est nécessaire – voire urgent – d'agir ?**

On se demandera dès lors comment circule l'éthique, et comment on peut la partager. Comment faire jouer l'expérience, l'émotion, l'intellect dans le partage de l'éthique ? S'agit-il d'une compétence, d'un savoir, d'une posture, d'une sensibilité ? Par quel moyen faire comprendre la valeur d'une expérience ? Est-il toujours possible de prendre en compte le sensible lorsque nous devons répondre à une exigence : d'objectivité pour le métier de journaliste, de neutralité pour le chercheur en SIC, de rationalité pour le manager ? Dans quelle mesure ces prescriptions professionnelles, qui modèlent nos pratiques, ont-elles une valeur ?

#### **5) Un objet de recherche : l'éthique en communication**

La question de l'éthique amène à interroger les pratiques de l'information et de la communication. De l'éthique dépend notre manière de travailler, les biais qui peuvent nuire à la valeur de nos pratiques, ou qui lui donnent du sens. La question est omniprésente, dans les enjeux que soulignent les recherches en SIC, dans les valeurs que portent les chercheurs. **L'éthique pose la question épistémologique des limites de l'auto-réflexivité méthodologique. Elle interroge l'objectivité de nos pratiques, comme leur neutralité. Jusqu'où doit aller l'engagement personnel du chercheur ? En quel sens l'engagement personnel est-il ou non la condition de possibilité de la recherche scientifique ? d'un projet académique ?**

Réciproquement, nos pratiques de l'information et de la communication

---

<sup>9</sup> On lira avec intérêt les travaux de Romain Huët, qui souligne la place des chartes dans les dynamiques sociales-et réciproquement. Cf. not. Romain Huët, *La fabrique de l'éthique : les nouvelles promesses des entreprises*, CNRS, Paris, 2012

nous amènent à nous interroger sur ce qu'est l'éthique. A travers l'approche sémiotique de Jacques Fontanille, on mesure toute la difficulté qu'il y a à se saisir de cet objet<sup>10</sup>. Si l'éthique requiert la compréhension des critères qui permettent de la penser, il convient également de s'intéresser aux modalités de sa circulation. D'abord, parce que son sens dépend nécessairement de l'appropriation des individus dans une société – de sorte que l'on peut parler de l'éthique comme d'un « être culturel »<sup>11</sup>. On peut considérer que les modes d'appropriation dépendent de la manière dont circule l'éthique. Son sens se produit par l'altération des valeurs, qui conduit à privilégier des principes/logiques d'action plutôt que d'autres. Ensuite, parce que l'éthique se définit, de manière essentielle, par le mode de relation que l'on construit avec soi et avec les autres<sup>12</sup>.

Dans le cadre de cette journée d'étude, nous travaillerons sur 4 domaines : le journalisme, le management, la recherche, l'entreprise. Pour chaque domaine, nous proposons d'articuler nos réflexions autour de **4 séries de questions** :

- Dans quelle mesure les pratiques professionnelles de l'information et de la communication doivent-elles répondre à un critère d'objectivité, de neutralité et/ou de rationalité ? Peuvent-elles être éthiques s'il convient de se détacher de la sensibilité ?
- Comment transmettre une éthique aux professionnels de l'information et de la communication et/ou aux chercheurs en SIC ? Comment en arrive-t-on à une prise de conscience en matière d'éthique ? à l'émergence et au déploiement d'une exigence éthique ?
- Jusqu'où est-il possible de valoriser l'engagement éthique dans nos pratiques professionnelles ? Quelle est la valeur de l'éthique ?
- L'éthique est-elle inhérente aux processus d'information et de communication ? Est-elle un processus de signification spécifique ? Comment circulent les valeurs ? Comment penser l'éthique en sciences de l'information et de la communication ?

<sup>10</sup> « L'éthique n'est ni dans l'acte, ni dans l'opérateur, ni dans l'Autre, ni dans l'Idéal, mais dans les différentes relations qui les unissent, et dans la manière dont ces relations s'expriment. » Jacques Fontanille, « Sémiotique et éthique », Nouveaux actes sémiotiques, 2007

<sup>11</sup> Nous empruntons la notion d'« être culturel » à Y. Jeanneret, l'idée étant que les choses/idées n'ont de sens qu'à travers les interprétations qu'en ont les individus, qui participent d'une culture. Yves Jeanneret, *Penser la trivialité, Volume 1 : la vie triviale des êtres culturels*, Hermès-Lavoisier, 2008

<sup>12</sup> Après Lévinas, on a tendance à ne mettre en avant que la relation à l'autre. Mais la morale envisage aussi un rapport à soi, à travers la question de l'hygiène, du devoir de ne pas se suicider, etc.

## **Bibliographie**

- Bonnet Rosette et Jacques, *Nouvelles logiques, nouvelles compétences des cadres et des dirigeants : entre le rationnel et le sensible*, L'Harmattan, Paris, 2003
- Caune Jean, *Pour une éthique de la médiation*, Presses universitaires de Grenoble, Grenoble, 1999
- Castoriadis Cornélius, « Le cache-misère de l'éthique » in *Les carrefours du labyrinthe, tome 4 : la montée de l'insignifiance*, Seuil, Paris, 1996
- D'Almeida Nicole, *L'entreprise à responsabilité illimitée : la citoyenneté d'entreprise en questions*, Editions Liaisons, Paris, 1996
- Feldman Jacqueline et Canter Kohn Ruth (coord.), *L'éthique dans la pratique des sciences humaines : dilemmes*, L'Harmattan, Paris, 2000
- Fontanille Jacques, « Sémiotique et éthique », Pré-publication, *Nouveaux actes sémiotiques*, 2007
- Fortin Pierre, Leclerc Bruno, Parent Pierre-Paul, Plourde Simone, Rondeau Dany, *La construction du savoir éthique dans les pratiques professionnelles*, L'Harmattan, Paris, 2011
- Gardère Elizabeth, Gramaccia Gino (coord.), « La communication des nouvelles éthiques de l'entreprise », *Revue Communication et Organisation*, n°26, 2005
- Huët Romain, *La fabrique de l'éthique : les nouvelles promesses des entreprises*, CNRS, Paris, 2012
- Jeanneret Yves, *Penser la trivialité, volume 1 : la vie triviale des êtres culturels*, Hermès-Lavoisier, Paris, 2008
- Ladrière Paul, *Pour une sociologie de l'éthique*, PUF, Paris, 2001
- Ferry Jean-Marc, *Valeurs et normes : la question de l'éthique*, Cerf, Paris, 1996
- Le Marec Joëlle (dir.), *Les études de sciences : pour une réflexivité institutionnelle*, Editions des archives contemporaines, Paris, 2010
- Le Moëne Christian, « Éthiques et contextes organisationnels : valeurs et normes », *MEI*, n°29 : « Communication, organisation, symboles », 2008
- Lévinas Emmanuel, *Totalité et infini : essai sur l'extériorité*, Nijhoff, La Haye, 1961
- Ferry Gilles (dir.), « Conscience éthique et pratiques professionnelles », *Revue Recherche et Formation*, n°24, 1997
- Lipovetsky Gilles, *Métamorphoses de la culture libérale : éthique, médias, entreprise*, Editions Liber, Montréal, 2002
- Loneux Catherine, *L'éthique entrepreneuriale et managériale comme dispositif communicationnel*, Habilitation à diriger des recherches, Université de Provence, 2007
- Richard Véronique, *Incidences des changements de l'organisation du travail et du management sur les fondements et les pratiques de l'éthique relationnelle*, Habilitation à diriger des recherches, Université de Paris-Sorbonne, 1994
- Ricœur Paul, « Éthique et morale », in *Lectures 1 : autour du politique*, Seuil, Paris, 1991
- Ruellan Denis, *Nous, journalistes : déontologie et identité*, Presses universitaires de Grenoble, Grenoble, 2011.
- Vattimo Gianni, *Éthique de l'interprétation*, La Découverte, Paris, 1991

## **PROGRAMME (PREVISIONNEL)**

### **MATINÉE**

**8h30-9h** - Accueil des participants

**9h-9h15** - Introduction par Adeline Wrona, directrice du GRIPIC, et par Véronique Richard, responsable de l'axe de recherche « enjeux de communication et relation au travail » au GRIPIC

#### **9h15-10h45 - Table ronde n°1 : l'éthique et le journalisme**

**Modératrice** : Pr. Adeline Wrona, GRIPIC, CELSA Paris-Sorbonne

**Intervenant 1** : Pr. Denis Ruellan, CRAPE, Université Rennes 1

**Intervenante 2** : Bérénice Mariau, docteur, GRIPIC, CELSA Paris-Sorbonne

**Discutant** : Michel Noblecourt, journaliste, Le Monde (*à confirmer*)

#### **10h45-12h15 - Table ronde n°2 : l'éthique et le management**

**Modératrice** : Pr. Véronique Richard, GRIPIC, CELSA Paris-Sorbonne

**Intervenant 1** : Pr. Jacques Bonnet, Agrosup Dijon / CIMEOS Univ. de Bourgogne

**Intervenante 2** : Marine Allein, doctorante, GRIPIC, CELSA Paris-Sorbonne

**Discutant(e)** : Eve Chiapello, HEC / EHESS et/ou Soraya Duboc, Observatoire des cadres CFDT, Fondation Nestlé France (*à confirmer*)

### **APRÈS-MIDI**

#### **13h30-15h - Table ronde 3 : l'éthique et la recherche**

**Modérateur** : Pr. Yves Jeanneret, GRIPIC, CELSA Paris-Sorbonne

**Intervenante 1** : Pr. Joëlle le Marec, Université Paris Diderot – Paris 7

**Intervenante 2** : Maud Fontaine, doctorante, GRIPIC, CELSA Paris-Sorbonne

**Discutante** : Pr. Sylvie Leleu-Merviel, directrice du laboratoire DeVisU, Université de Valenciennes (*à confirmer*)

#### **15h-16h30 : Table ronde 4 : l'éthique et l'entreprise**

**Modératrice** : Pr. Nicole D'Almeida, GRIPIC, CELSA Paris-Sorbonne

**Intervenant 1** : Pr. Christian Le Moëne, PREFics, Université Rennes 2

**Intervenant 2** : Florian Malaterre, doctorant, GRIPIC, CELSA Paris-Sorbonne

**Discutant(e)** : Cécile Renouard, ESSEC et/ou Yves Médina, Cercle d'Éthique des Affaires (*à confirmer*)

**16h30-16h45** - Conclusion par Florian Malaterre

**16h45 - 17h15** - Cocktail

## Résumé

Cette journée d'étude, qui s'inscrit dans les travaux de recherche de l'axe « enjeux de communication et relation au travail » du GRIPIC, vise à interroger la place de l'éthique dans les pratiques professionnelles de l'information et de la communication. Journaliste, manager, communicant, enseignant, chercheur, chacun opère des choix, de manière plus ou moins consciente, à travers un cadre d'interprétation, une rhétorique, un dispositif de communication, qui sont susceptibles de modifier la perception de son (ses) public(s) et de le(s) conduire à agir de manière plus ou moins responsable. Afin de limiter les dérives, les métiers de l'information et de la communication sont règlementés. Mais les règles suffisent-elles ? Ne doit-on pas maintenir une certaine exigence éthique et demander que des valeurs et des principes éthiques soient respectés ? Comment les partager ? Dans quelle mesure suivre sa sensibilité, ses convictions, sans trahir l'exigence de professionnalisme (objectivité, neutralité, rationalité) associée à ses fonctions ? L'objet de recherche qu'est « l'éthique » nous questionne sur la manière dont nous donnons sens à nos pratiques, et sur la manière dont nous tâchons de « faire droit » à cette exigence, pour soi et pour les autres.

**Mots clés : éthique, médiation, processus, dispositif, information, communication**