



**HAL**  
open science

## Actualité de l'argument éthique dans les supports, dispositifs, discours des organisations

Catherine Loneux

► **To cite this version:**

Catherine Loneux. Actualité de l'argument éthique dans les supports, dispositifs, discours des organisations. X<sup>e</sup> Colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC Université de Bucarest, 28 juin – 3 juillet 2003, Jul 2003. sic\_00000838

**HAL Id: sic\_00000838**

**[https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00000838](https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000838)**

Submitted on 9 Dec 2003

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

⟨ Dixième Colloque Bilatéral franco-roumain

⟨ (Bucarest, 28 juin-2 juillet 2003)

**Supports, dispositifs et discours médiatiques  
à heure de l'internationalisation**

*Domaines d'analyse, modes approches et enjeux socio-culturels*

Proposition par Catherine Loneux (ERELLIF CERSIC, Rennes 2)  
pour l'atelier «COMMUNICATION DES ORGANISATIONS: PAYSAGE DES  
RECHERCHES FRANCOPHONES»  
Responsable Pr. Françoise Bernard

**titre: «Actualité de l'argument éthique dans les supports, dispositifs, discours des organisations.»**

Les discours institutionnels et médiatiques des organisations continuent de développer l'argument éthique aujourd'hui, sous l'effet des diverses recompositions et de l'internationalisation des milieux d'affaires. Les entreprises exercent à présent une grande part de leurs activités dans le domaine public, et cette médiatisation extrême de leurs pratiques brouille les pistes, les catégories professionnelles et l'utilisation des supports et outils habituels des praticiens en communication.

Cet état de choses fait émerger autant de questions qui pourront être abordées ici, dans le cadre d'une réflexion sur l'éthique et ses applications managériales, dans l'espace de gestion administrative de l'entreprise comme dans l'espace global qui l'entoure.

Le projet consiste à interroger les pratiques managériales en communication: Lorsque des stratégies institutionnelles visent à cristalliser la confiance, comment du côté de la réception trouver des représentations qui aient de l'effet? Quels sont les nouveaux dispositifs organisationnels concernés par l'éthique?

Il semble que parfois, la structuration de la communication dans les organisations, marchandes ou non marchandes, soit affectée autrement aujourd'hui par l'éthique. Il s'agira de reproblématiser la place de l'éthique en fonction des évolutions apparues dans les organisations depuis les années quatre-vingts et la première vague éthique, en essayant de dégager aussi les transformations des tendances de la recherche dans le domaine. Comment la sociolinguistique s'empare de l'éthique dans des écrits récents? Comment la sociologie des professions analyse-t-elle ce type de recompositions professionnelles? Y a-t-il une spécificité de la recherche francophone face à la recherche anglophone.

On constate de plus en plus un brouillage dans les catégories professionnelles à l'intérieur des organisations, dans l'espace de sa gestion administrative comme dans l'espace global qui les entourent. Les chartes éthiques débordent de leurs fonctions.

Alors que dans les années quatre-vingt elles étaient synonymes de stratégies de communication institutionnelles à visée légitimatrice, depuis ces dernières années, elles représentent davantage un outil de management interne, d'aide à la stabilisation des organisations. En effet, pour les organisations marchandes, dans des contextes de licenciement, et donc d'instabilité pour les salariés, les supports, les discours médiatiques proposés autour des chartes permettent d'offrir des arguments d'homogénéité pour les structures mises à mal en interne. Pour les organisations non marchandes, elles remplissent aussi un rôle de stabilisation dans des circonstances où les collectivités sont conduites à être de plus en plus recomposées, se qui a un rapport direct avec la nécessité de s'autojustifier.

*Comment les recherches en SIC s'emparent-elles de ce phénomène?*

Nous proposons d'identifier les trois entrées théoriques principales qui à notre sens s'attachent à ce type de réflexion et qui nous semblent être représentatives des travaux consacrés aux chartes dans les organisations marchandes et non marchandes.

- 1) L'éthique et la communication pour les sciences de gestion: vers la notion de *confiance* qui accorde une centralité à la place de la communication.
- 2) L'implantation des règles par la culture: la place de la communication autour de l'implantation des chartes éthiques dans un environnement disloqué.
- 3) L'éthique et le glissement de son statut, analysée dans les études sur les groupes professionnels et leur identité (savoirs stabilisés versus savoirs aléatoires).

## 1) L'ETHIQUE ET LA QUESTION DE LA CONFIANCE EN ORGANISATION

La confiance correspond à une représentation sociale de l'entreprise offerte aux salariés pour « faire tenir » l'organisation. Ce schéma présente des analogies avec la proposition de Jacques Ellul qui consiste à penser l'équilibre de la société par le prisme de la relation société / technique. La société s'explique aux citoyens par des représentations idéalisées de la technique. La confiance portée par les chartes éthiques et les représentations qu'on en offre, fait tenir l'organisation. Pascal Robert évoque par exemple l'association de deux termes souvent présente en organisation: « confiance technique et justification » (ROBERT). L'éthique devient dans ce contexte une écriture de l'organisation, une technologie qui institue l'organisation en quelque-sort. Elle est obligée par la puissance même du processus de construction d'image positive offert par l'organisation.

Anthony Giddens voit aussi les discours techniques comme des matériaux pertinents à l'intelligibilité des relations technique / société / organisation (ROBERT). Les discours de la confiance viennent d'une disjonction du temps et de l'espace liée à la modernité. Avant cela, le temps et l'espace étaient liés parce que les activités s'exerçaient au sein d'un milieu local (relations denses tissées entre personnes qui se connaissaient). Leurs rôle, statut, valeurs,

fonctions, représentations et manières d'être n'avaient pas à être explicités. L'habitus réglait les relations sociales (ROBERT). La confiance était intériorisée, incorporée dans le tissu de l'organisation, elle était inhérente au réseau et n'était pas formalisée. Aujourd'hui, notre modernité transforme la donne. Le pacte social implicite qui régit le bon fonctionnement de l'organisation, c'est-à-dire son fonctionnement interne, et sa hiérarchie en termes de responsabilités et de salaires, se trouve menacé. La confiance en organisation n'est plus intrinsèque et nous pouvons remarquer l'irruption de deux mécanismes liés aux discours éthiques:

- l'importance accordée aux gages symboliques (échanges qui circulent entre les acteurs qui les utilisent -l'argent, par exemple)
- la prépondérance des systèmes experts en organisation (les domaines techniques ou de savoir-faire professionnels concernant de vastes secteurs de notre environnement matériel et social)

Le terrain étudié ici, celui du secteur bancaire, a subi ces dernières années des bouleversements structurels du fait de l'accroissement du nombre des actionnaires. Ces derniers ont aujourd'hui un rôle nouveau à jouer au sein des banques, mais ne savent pas trop se situer par rapport à l'entreprise, dont ils sont partie prenante mais vis-à-vis de laquelle ils se sentent malgré tout extérieurs.

La confiance repose sur des instruments abstraits et non sur des individus. En l'occurrence, les chartes peuvent être perçus comme des supports abstraits oeuvrant pour l'imposition de valeurs, de codes de conduite communs). Elles peuvent parfois apporter des réponses aux attentes des salariés à la recherche d'explications sur l'organisation. Cette forme de confiance, qui nous parle de codes, relève de l'article de foi, une foi pragmatique des individus envers le système auquel ils appartiennent.

La confiance sera alors liée à plusieurs contextes:

- à l'absence de l'autre, lorsqu'en organisation il y a délocalisation des services, entraînant cohabitation de mondes différents, et
- à l'ignorance, ou déficit d'information pour le salarié vis-à-vis des situations qu'il peut être amené à vivre en organisation. Le salarié vit des situations difficiles lorsque par exemple, il n'est pas tenu informé des prises de décision financières de la banque dont il est actionnaire.
- à la recherche d'un sentiment de sécurité: dans un contexte de complexité dans les jeux d'acteurs, le discours de la confiance justifie ces recompositions organisationnelles et propose une forme de stabilité du système à partir d'une rhétorique professionnelle de légitimité.

Concrètement, en organisation, nous trouvons ainsi des dispositifs assurant la formalisation de la confiance, via des argumentaires de bonne conduite, dans l'esprit de ce que le management nomme le « Customer Relation Management ». Notre enquête menée dans le secteur bancaire nous conduit à observer le travail de veille informationnelle effectué au Crédit Agricole et à la BNP dans le domaine de l'information boursière: des sites d'information sont mis au service des actionnaires, évoquant les systèmes de normalisation, ou l'assurance qualité comme autant d'atouts mis en oeuvre par l'entreprise au service de ses actionnaires. C'est le Relation Investor, en charge de l'application des règles éthiques, notamment, qui joue le rôle de tampon entre le salarié de la banque, l'actionnaire et les dirigeants. Ce déontologue, comme parfois on l'appelle,

oeuvre d'ailleurs précisément pour la BNP à la mise en place d'un groupe de travail et de réflexion sur le thème du retour de la confiance des épargnants dans son entreprise.

## 2) L'ETHIQUE ET LA QUESTION DES REGLES: UNE APPROCHE PAR LA CULTURE

« On peut définir en général une règle comme une prescription ou une proscription pour l'action sociale dans des circonstances déterminées, accompagnée de sanctions et de récompenses (réelles ou symboliques). Les règles institutionnelles diffèrent des règles organisationnelles, elles les conditionnent ; en même temps ces deux types de règles partagent des déterminations communes. » (CHAVANCE)

Selon HAYEK, il existe une hiérarchie fondamentale entre les règles abstraites de l'ordre spontané (auto-organisé, abstrait (c'est-à-dire qui ne peut être compris intuitivement), qui n'est ni naturel ni artificiel mais « résultat de l'action d'hommes nombreux » sans être « résultat d'un dessein humain » et les règles concrètes des organisations (ordre construit, fabriqué, qui possède un caractère artificiel et concret (HAYEK, pp. 43-44). Tant les ordres spontanés que les ordres organisés reposent sur des règles, mais ces dernières sont de genres essentiellement différents. Les règles de l'organisation sont établies délibérément, elles correspondent à l'assignation des tâches, elles diffèrent selon les membres de l'organisation, elles sont liées aux directives qui précisent les objectifs de cette dernière. Les règles gouvernant l'ordre spontané sont au contraire indépendantes de tout objectif, elles ne s'accompagnent pas de commandements spécifiques, elles se forment surtout spontanément par processus d'évolution.

### *La règle et la culture*

Ainsi, les organisations peuvent être interprétées comme étant capables de jouer avec ce cadre de règles fluctuant. Les règles organisationnelles évoluent au gré des autorités légitimes qui les sélectionnent artificiellement. La dimension communicationnelle proposée dans le management intervient ici, dans la mesure où l'on cherche à agir sur les salariés, par l'émergence d'éléments culturels véhiculés dans les stratégies de discours.

Traditionnellement dans les organisations, on peut retrouver des règles procédurales, qui forment la constitution de l'organisation, et donnent corps à son contrat social en interne. Aujourd'hui, ce schéma est parfois remplacé par l'idée de « compromis raisonnable au conflit », qui serait l'objectif à atteindre à travers la mise en place de chartes (VANBERG, 1989).

Ainsi, l'éthique dépasse la notion de « code de bonne conduite ». Les règles ne sont plus durables ni précises, mais varient en fonction de négociations permanentes, de conventions, selon des objectifs en changement, s'adaptant à l'évolution de la société et de ses marchés. Le pragmatisme dépasse l'organique dans la hiérarchie des règles. Le travail des commissions de la Chambre de commerce Internationale, à ce titre, pourrait être mentionné - CCI: organisation discrète, et plateforme importante des milieux d'affaires basée à Paris. Celles-ci travaillent en flux tendu, surveillant de près l'évolution des marchés, et font évoluer les codes en fonction de l'évolution des réglementations constatée dans les différents pays concernés par ses codes. Elles agissent très rapidement dans la conceptualisation des codes, afin de s'adapter aux évolutions des marchés

financiers en cours. Elles ont pour mission en effet de rédiger des chartes de bonne conduite, ou de respect des règles, et chaque fois qu'un texte législatif nouveau paraît, ou que la société évolue sur des questions précises, cette commission se réunit et modifie le contenu des chartes dont elle est l'auteur. Celles-ci seront ensuite appliquées dans les entreprises ayant à voir avec toutes sortes de secteurs de l'économie, allant de la publicité (régulation des bannières sur internet comme toute dernière actualité), aux échanges commerciaux (régulations proposées pour l'export, tenant compte des toutes dernières règles en la matière).

Avant cela, il semble que les organisations étaient face à un processus cumulatif dans lequel les mécanismes d'autorenforcement des règles acquerraient avec le temps une permanence dans l'organisation, et finissaient par s'institutionnaliser au regard des salariés: c'est le passage de la règle à l'institution, que l'on nommait aussi « lock in » (verrouillage de l'organisation) (THERET). Ce verrouillage de l'organisation, qui visait à « faire corps », explique B.Théret, devient difficile à atteindre dans une situation où l'organisation devient difficile à saisir. Il met en valeur l'approche de la règle par la culture. L'émergence de conduites communes, le repérage d'interactions ayant acquis une régularité, routinière, grâce à la communication interindividuelle. L'éthique ne serait formalisable qu'à cette seule condition de pouvoir repérer ces conventions de coopération.

Pour les recherches en SIC, cela fait écho aux travaux d'Yves Jeanneret, sur les écritures et les effets des attracteurs technologiques dans les recherches en sciences de la communication dont il convient de se prémunir. Redonner une place au langage, aux signes, en accordant sa place au symbolique pour la compréhension des organisations, devient nécessaire (JEANNERET). L'éthique dans cette perspective dépasse le statut d'objet empirique repérable, pour devenir un ensemble de langages et symboles visant à une consolidation de la dimension informelle de l'organisation. Le caractère formel de la charte est en effet à distinguer du caractère informel des langages qui gravitent autour d'elle.

Nous pourrions relever une deuxième résonance de ces travaux sur le verrouillage des organisations, avec les travaux de Françoise Bernard en communication des organisations, qui portent très spécifiquement sur la place des individus dans l'organisation, ses modes de contournement de la règle, ses stratégies de résistance aux normes organisationnelles qui lui sont imposées par sa hiérarchie (BERNARD).

### 3) L'ARGUMENT ETHIQUE ET LA RECOMPOSITION DES GROUPES PROFESSIONNELS

La définition ancienne des Relations publiques, fixée par l'arrêté Peyrefitte de 1964, définit ainsi la profession d'attaché de presse: « Maintien de la relation de confiance », les informations doivent porter mention de leurs « origines et de leurs sources », une stricte « objectivité » doit être respectée. Le Code d'éthique international de 1965, dit code d'Athènes, évoque lui aussi à nouveau les Relations Publiques, et veut « s'efforcer de réaliser les conditions morales pour permettre à l'homme de s'épanouir et de jouir des droits de l'homme », il parle de « confiance à inspirer à l'entourage » pour le professionnel des relations publiques. La surveillance des

pratiques professionnelles (mensonge, rémunération externe, exactitude, etc.) était le principal objectif des chartes.

Dans les années quatre-vingt, les recherches sur les groupes professionnels (DUBAR) nous expliquaient que l'éthique servait aussi aux acteurs pour se construire une rhétorique de justification afin d'asseoir leurs statut, compétences, et missions (médecins, avocats, journalistes, etc.).

Progressivement, les chartes se sont concentrées sur le besoin de plus en plus apparent dans les organisations, de mettre en valeur les compétences individualisées, de les valoriser dans l'entreprise, afin tout simplement de mieux les repérer. Grâce aux précisions qu'apportent les codes, il est possible de se préserver un territoire d'action pour les différents professionnalismes en « concurrence » les uns par rapport aux autres. En sociologie, avec Jean-Yves Trépos, ou en sciences de la communication, avec Jacques Walter, ces thématiques apparaissent à de nombreuses reprises. Dans cette perspective, le rôle de communication externe porté par ces codes n'est pas négligeable pour les métiers, en termes d'image à afficher, et cela compte tout autant que la communication interne.

Cette question des groupes professionnels se place au centre des débats contemporains sur les « Compétences ».

*Les compétences individualisées sont de plus en plus valorisées.*

Une première évolution à signaler vient de ce que l'on sort des cadres de ces chartes très générales pour mettre en valeur autrement l'éthique d'une profession. Il est souvent fait référence à l'expertise particulière d'un métier ou d'un autre, et la charte mettra alors en avant les signes distinctifs d'une profession donnée, afin de lui trouver une identité claire. La charte instaure dans ce cadre un discours, commun qui prend la forme d'une convention entre différents acteurs partenaires qui tombent d'accord sur des comportements, des conduites professionnelles à suivre. Pour rédiger ces chartes, le concepteur devra être capable d'examiner les interactions dans les organisations, ainsi que de comprendre les logiques individuelles. Vincent Meyer (MEYER, 2001) parle de vulgate professionnelle pour qualifier ces constructions de langage commun qui rassemble, et qui est propre à certaines expertises.

D'un point de vue de la communication, le rôle de structuration interne d'une profession passe avant la défense d'une image de soi, ceci pour ne pas se perdre dans les organisations complexes. Nous pouvons illustrer cette hypothèse en prenant l'exemple des discours professionnels de l'investor relation dans le secteur bancaire. Il est empreint de conceptions croisées, et rencontre ainsi quelque difficulté à affirmer sa fonction, son expertise propre, son rôle, à trouver sa place dans les organisations financières en tant qu'expert « es-recomposition » du secteur financier.

Des éléments de recombinaison analogues se retrouvent dans le service public, qui subit des mutations en termes d'organisation. La demande d'évaluation dans ce secteur est de plus en plus forte pour les acteurs publics, à l'instar de ce qui s'est passé depuis les années soixante pour les entreprises privées en France. La demande de rationalisation se fait pressante, et conduit vers des logiques nouvelles: intégration dans la logique de l'Etat de la logique du management, émergence d'une réflexion par les décideurs locaux sur la pertinence des activités, le mode de

financement et d'organisation des services publics. Aujourd'hui, le service public est confronté à une double nécessité : faire des choix et légitimer son action. On voit apparaître des demandes d'éclaircissement, appuyées par des audits financiers et organisationnels, qui impliquent un recadrage des acteurs vers une position de prestataires de services travaillant sur commande et fonds publics, dans une logique de sous-traitance: quelle quantité et qualité de service chaque établissement est-il en mesure de garantir pour ses usagers? et pour ses clients commanditaires? Comment vont-ils s'ajuster aux évolutions de la demande sociale? Dans ce contexte, les établissements publics sont invités à expliciter leurs objectifs, leur projet général, défini comme capacité à produire des services destinés à destination de populations cibles d'usagers clairement déterminés. La question est complexe car elle renvoie à une clarification des objectifs de l'évaluation, des théories, des méthodes et des techniques qui se sont développées depuis plusieurs années. Apparemment, l'objet de l'évaluation peut être défini simplement: tout action a un objectif et il est toujours utile de se demander si on l'a atteint, à la fois pour la corriger s'il y a lieu et pour en tirer des enseignements pour les actions futures. On a des projets pédagogiques d'équipes, les usagers ont une place dans les instances de contrôle. L'organisation semble alors fonctionner pour elle-même, pour assurer sa pérennité. A cette fin, elle cherche à imposer sa culture, ses normes, ses modèles, aussi bien dans ses productions externes que dans les dispositifs de contrôle internes. Ceux-ci sont donc également des productions de l'organisation et à ce titre, ces dispositifs de contrôle internes peuvent être analysés comme des symptômes de l'organisation.

L'explicitation des professionnalismes mentionnée plus haut touche les personnels de façon très nette. Ils ne sont plus conçus en relation avec un métier individuel, mais liés à une capacité à s'insérer dans des projets partenariaux, pour concevoir et piloter des innovations sociales sur objectifs, des évaluations intermédiaires. Il leur est demandé de prendre les moyens d'une mise en visibilité et en lisibilité des actions. Les établissements de ce type sont appelés à s'engager dans un processus de d'interrogation de leur utilité sociale. On ne voit plus que leur capacité à rendre un service déterminé à un public déterminé, selon des normes, des règles déterminées, pour une durée déterminée. C'est ce processus que mettent en oeuvre les démarches de projets ou les chartes éthiques qui fleurissent dans ce secteur. L'affirmation qu'il n'y a pas de « clients », mais des usagers, alimente les débats. Le développement de campagnes de communication institutionnelle est à noter également, affirmant utilité sociale et éthique, et cela peut être interprété comme la reconnaissance que ces deux dimensions ne vont pas de soi, et donc comme l'indice d'une désinstitutionnalisation rampante.

*Les champs d'intervention de l'éthique connaissent un élargissement.*

La deuxième évolution à mentionner est liée au fait que la recomposition des professionnalismes entraîne un discours éthique quasi systématiquement. L'éthique a tendance à occuper aujourd'hui une dimension transversale dans l'organisation, devenant multidimensionnelle. La modification des missions traditionnelles de la communication est en effet liée aux changements dans l'organisation. Prenons par exemple le cas de la communication financière, qui concerne tous les professionnels de l'organisation, et plus seulement uniquement les dircoms, ceci du fait des fusions / intégration / filialisation / privatisation / acquisition et surtout, nous concernant, de l'introduction en bourse. Les banques se montrent de plus en plus préoccupées par la nécessité d'améliorer la coordination des professionnels de la communication au sein de *toutes* les entités des groupes. Il est souvent fait référence à ce que l'on nomme les « fonctions partagées ».

Concrètement, la communication financière n'est pas pilotée uniquement par le service de communication, mais la direction financière s'en charge également pour partie. La communication autour du respect des chartes éthiques agit en effet par capillarité au sein de toutes les professions que l'on retrouve dans les banques. Notre observation de terrain nous a conduit à repérer aussi l'émergence de nouvelles relations entre les banques et les actionnaires individuels. La tonalité éthique des discours pendant les Assemblées Générales et les congrès de type « grand messe » est marquée, et traverse tous les acteurs de l'entreprise. De même, l'expertise apportée sur les dossiers techniques peut être assumée aujourd'hui par les professionnels de la communication. On remarque une diversité des territoires d'intervention de la communication, un changement organisationnel dans la hiérarchie et la répartition des groupes professionnels: Dircom de groupe, dircom externe, dircom pour les Relations Publiques, dircom marketing et stratégie de développement, dircom Ressource Humaines, et Dircom information et formation, correspondent à autant de fonctions repérables à l'intérieur des organisations.

Nous voyons que les logiques de métiers sont mal définies, que les contours sont mal identifiables. Les savoir-faire professionnels en communication dans le secteur financier sont différents, avec entre autres la presse financière, les Relations Publiques vis-à-vis des petits actionnaires, la gestion des interlocuteurs différents et spécialisés, tels que les analystes financiers, les actionnaires, les institutions.

#### *Nouvelle grammaire des compétences.*

Une diversité de missions qui provoque une perte d'homogénéité des groupes professionnels et nous conduit vers deux pistes de travail d'un point de vue de la recherche.

La première piste d'abord, conduirait à mettre en évidence cette perte d'homogénéité. Pour cela, il est intéressant d'observer plusieurs phénomènes synonymes de dislocation: Quelles sont les stratégies de renforcement des identités segmentaires que l'on retrouve? Quel est le degré d'intériorisation des normes dans les conduites des professionnels?

La deuxième piste ensuite, nous conduit à appréhender l'émergence de cette nouvelle grammaire des compétences professionnelles. Nous repérerons ainsi ses caractéristiques propres en nous demandant dans quels types d'écrits peuvent s'exprimer ce besoin de s'autojustifier, de mettre en avant une certaine morale de comportements, ou de valoriser l'utilité de soi au travail.

Ces deux orientations de travail nous montrent combien les codes éthiques remplissent un rôle quasi-pédagogique d'explicitation des compétences professionnels vis-à-vis des salariés ou actionnaires qui ne parviennent plus à lire l'hétéronomie des groupes professionnels auxquels ils appartiennent, ou auxquels ils sont confrontés, ni à comprendre l'organisation. Ainsi, la communication autour de l'argument éthique, les «discours institutionnels et médiatiques des groupes industriels et de leurs représentants se multiplient sous l'effet de l'augmentation du nombre des actionnaires, et l'organisation de la communication s'en trouve transformée. Elle doit jouer un rôle pour la coexistence des acteurs de ce nouveau monde organisationnel qui déborde des frontières traditionnelles, trouble la ligne entre le dedans et le dehors, désignant d'autres cibles à la communication, requérant que celle-ci stabilise un engagement volatile, donne sens à un rapprochement instable. » (BOURDIN-LONEUX, 2003)

L'éthique concernait plutôt la communication interne dans les débuts de son implantation au sein des stratégies managériales. Un glissement s'est opéré depuis cette vague éthique dont la vocation d'affichage d'une bonne réputation était le principal objectif. Aujourd'hui, le monde de l'entreprise est toujours à réinventer par les discours, et par un cadrage éthique de ses discours, elle propose son propre monde vécu à ses interlocuteurs de tous horizons, elle met en mots ses propres représentations, afin d'exister. La réalité manque d'essence, les mondes ont une dimension de non-réalité (GOODMAN), et les organisations en tant que mondes doivent également performer leur propre existence. Aujourd'hui, l'éthique s'articule à une résistance de certaines catégories menacées dans les organisations. Elle célèbre à sa façon le retour de l'acteur, l'éloignement de l'éthique de façade. Un mouvement que nous pourrions synthétiser ainsi: Efficacité des collectifs de travail *Versus* vieilles solidarités organiques basées sur des critères de professions et de corps de métiers ».

#### Bibliographie

**BERNARD F.**, « Le débat individu / organisation / communication - Filiations, itérations et évolutions », in *Sciences de la société*, n°50-51, Toulouse, Lerass, 2000, pp. 20-30.

**BOURDIN S.-LONEUX C.**, « Construction et modes de stabilisation d'un nouveau monde organisationnel: la relation actionnaire d'entreprise / communicant (« chargé de relations avec les partenaires investisseurs » ou « Relation investor ») », communication au colloque *Co-exister dans les mondes organisationnels*, 12-13 juin 2003, Université de Bordeaux 3.

**CHAVANCE B.**, (2000), « Organisations, institutions, système : types et niveaux de règles », Communication au colloque *Organisations et institutions : règles, coordination, évolution*, ERSI-CRIISEA (Université de Picardie) et GERME (Université de Paris 7), Amiens, 25-26 mai 2000.

**DUBAR Cl.**, *La socialisation, construction des identités sociales et professionnelles*, Paris, Armand Colin, 2000.

**GIDDENS A.**, in ROBERT, Quaderni.

**GOODMAN N.**, (1990), *Manières de faire des mondes*, Paris, éd. Jacqueline Chambon, 1990.

**JEANNERET Y.**, « Présentation-Introduction à l'axe Littérature », communication au colloque *Ecritures en ligne, pratiques et dispositifs*, CERCOR (Université Rennes 2, 25-26 septembre 2002.

**HAYEK F.** (1973), *Droit, législation et liberté*, vol. 1, *Règles et ordres*, Paris, PUF, 1995.

**MEYER V.**, « Les pratiques d'information et de communication pour et dans le don d'organes », pp. 439-444, in *Les recherches en information-communication et leurs perspectives*, Congrès de la SFSIC, Marseille, octobre 2001.

**ROBERT P.**, « Confiance, technique et justification : le rôle du macro-techno-discours informatique dans l'établissement d'un « climat de confiance » », Quaderni, hiver 2001-2002, n°46, p. 53-66.

**THERET B.**, « Institutions et institutionnalismes- Vers une convergence intra et interdisciplinaire des conceptions de l'institution? », Communication au colloque *Organisations et institutions : règles, coordination, évolution*, ERSI-CRIISEA (Université de Picardie) et GERME (Université de Paris 7), Amiens, 25-26 mai 2000.

**VANBERG V.** (1989), « Carl Menger's Evolutionary and John R. Commons' Collective Action Approach to Institutions : A Comparison », *Review of Political Economy*, 1(3), November, pp. 334-360.