Enjeux de gouvernance à l'épreuve des discours de la RSE

Catherine Loneux

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1264>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.1264

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 juin 2010

Pagination : 53-63

ISBN : 978-2-86781-710-6

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Catherine Loneux, « Enjeux de gouvernance à l'épreuve des discours de la RSE », *Communication et organisation* [En ligne], 37 | 2010, mis en ligne le 02 mai 2011, consulté le 01 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1264> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.1264

Enjeux de gouvernance à l'épreuve des discours de la RSE

Catherine Loneux¹

Introduction

Les discours institutionnels et médiatiques des groupes industriels et les représentations de l'économie circulant dans notre société connaissent des mutations. Aujourd'hui, sous l'effet de l'augmentation du nombre des actionnaires, et des modifications de leurs attentes en matière d'informations relatives aux « bonnes pratiques » des entreprises, dans lesquelles ils sont « parties prenantes », on voit des thèmes nouveaux apparaître, notamment en matière de préservation de l'environnement, de lutte contre la pauvreté, la corruption, ou encore de défense de la santé des consommateurs. En lien avec ce phénomène dont elles sont d'ailleurs partiellement à l'origine, les communications managériale et entrepreneuriale du Développement Durable (DD) et de la RSE (Responsabilité Sociale des Entreprises), englobantes, relient savoir et économie immatérielle, et proposent une voie nouvelle de modèle économique et social.

Ces discours encouragent l'émergence d'une société tournée vers l'humain, la libre communication entre les personnes, et proposent de repenser les dynamiques capitalistes en empruntant à la philosophie économique du XIX^e siècle. Le développement de l'empire colonial anglais faisait alors dire à E.G.Wakefield, l'un des fondateurs du Commonwealth : « *Le monde entier est devant nous* »², le capital devenant une relation sociale, la communication étant entendue comme facteur de développement intrinsèque de ce « monde des idées » en devenir (Badillo, Proulx, 2009, p. 117). Ce projet de société et d'économie durables et responsables s'incarne dans la plupart des discours d'entreprises, mais aussi d'organisations mondiales dont la vocation n'est pas

01. Catherine Loneux est Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Européenne de Bretagne – Rennes 2. Elle est chercheur au PREFics, EA 3207 (Plurilinguismes, Représentations, Expressions Francophones – Information, Communication, Sociolinguistique) - CERSIC (Centre d'Études et de Recherches en Sciences de l'Information et de la Communication) dans cette Université. Mail : catherine.loneux@uhb.fr

02. Nous reprenons cette référence d'un article : Badillo P.-Y., Proulx S., 2009.

uniquement l'action, mais aussi la propagation des idées : l'ONU le reprendra dans les années 1970 avec le Nouvel Ordre Mondial pour l'Information et la Communication (NOMIC), en 1987 avec le Rapport Brundtland, et dans les années 2000 avec le Sommet Mondial sur la Société de l'Information (SMSI), qui fixent tous trois des garanties éthiques pour les citoyens dans des domaines divers déjà cités. Ce projet socio-économique valorise également la promotion d'une croissance « autrement », et définit les fondements politiques et juridiques de la mondialisation en lien avec la libre circulation des marchandises, des hommes, des idées, des savoirs et de l'information.

Les relais de légitimation de ce modèle d'économie souvent associé à l'expression de « société du savoir »³, se situent aussi au sein du Conseil Européen. Dans sa Stratégie de Lisbonne lancée lors d'un sommet en 2000, l'objectif fixé visait à faire de l'Union Européenne « *l'économie de la connaissance la plus compétitive et la plus dynamique du monde d'ici à 2010, capable d'une croissance économique durable accompagnée d'une amélioration quantitative et qualitative de l'emploi et d'une plus grande cohésion sociale* » (Conseil Européen, 2000). Il ne devait plus y avoir d'exclus dans cette société, et d'ailleurs, le savoir y était présenté comme un bien accessible à tous, la création de valeur étant fonction de la bonne compréhension et de la bonne application en matière de création et de valorisation de l'information et des connaissances.

Au-delà de ces éléments factuels, le lien entre mutations économiques et communication de la RSE mérite d'être exploré non pas simplement pour mesurer l'ampleur des discours qui le mettent en avant comme une évidence, mais plutôt pour essayer de comprendre ce qui rend possible ces intrications qui opèrent entre discours et économie durable. En adoptant un point de vue de recherches en communication des organisations, nous nous poserons les questions suivantes :

- Quelle contextualisation donner à cette promesse de transformation du modèle économique portée par la communication « durable » et « responsable » ? (1).

- Quelles sont les conditions de transformation des rationalités communicationnelles qui président à l'organisation de l'espace économique actuel ? Par exemple, quelle production de normes de langage et de discussion voit-on émerger, en lien avec l'omniprésence dans les discours de la notion de « société du savoir » ? (2).

- Quelles formes de rationalisation des acteurs sont sous-tendues dans les propositions de « nouvelle gouvernance » et d'« économie créative » formulées par l'ingénierie symbolique du DD et de la RSE ? (3).

03. Le savoir, dans ce contexte et pour résumer les représentations dominantes au sein des discours de l'Europe, du SMSI ou antérieurement du NOMIC, serait l'ensemble des formulations organisées de faits ou d'idées, présentant un jugement raisonné, qui est transmis par un moyen de communication.

Une promesse de transformation

Le changement sous-tendu par cette autre vision du monde est motivé par une croyance en l'incapacité des générations futures à faire aussi bien que les précédentes, et par une dénonciation du problème de l'épuisement des ressources terrestres et des comportements individuels ou collectifs ne pouvant semble-t-il qu'entraîner un développement non durable, un emballement social. Autant de discours alarmistes qui sont facilement adaptables à la nécessité d'adopter une autre vision du capitalisme (Stiglitz, 2003), voire même sont facilitateurs dans l'acceptation des transformations organisationnelles et sociétales souhaitées ou induites dans une économie dite en mutation. Les acteurs qui les portent disent interroger les relations entre entreprise et environnement, et proposent ainsi de les reconstruire sur d'autres fondements, vers le développement d'un « capitalisme vert » (Stengers, 2009, p. 22), dans un souci de construction d'avenir commun, de réseaux d'échange entre tous.

La dimension obligée de l'échange est centrale dans le modèle économique de dématérialisation de la croissance sous-tendu par la RSE, et elle s'articule autour de la promesse de voir s'étendre la suprématie du « savoir », rendue possible grâce à :

- l'émergence d'une société fondée sur la circulation d'informations,
- la priorité donnée au développement d'entreprises dites innovantes, au service de la société, pour le progrès de tous, fondées sur l'intelligence.

La création des savoirs que tous ces acteurs appellent de leurs vœux, est confiée à une économie de la connaissance. Joseph Stiglitz (2003) se propose à cet égard de faire reconnaître le savoir comme « bien public mondial », avec le soutien des pouvoirs publics, en essayant de satisfaire les demandes des populations des pays en développement qui n'ont pas les moyens pour s'équiper à domicile, ni les moyens de payer l'accès à des contenus en ligne sur l'internet. L'auteur donne deux critères de définition de ce bien, censés mieux organiser le partage des biens : la non rivalité entre plusieurs agents économiques utilisant le même bien, et la non exclusion, c'est-à-dire le fait que l'utilisation de ce bien ne puisse pas être empêchée à un agent économique. Son projet de société « durable » ne pratiquerait pas de discrimination sur la base du pouvoir d'achat et au contraire, garantirait l'égalité des chances par un accès libre aux savoirs en ligne, permettant d'accroître le niveau de connaissance. Le savoir se trouve ainsi au cœur du processus de production des richesses, et l'on évoque à ce sujet parfois une troisième révolution industrielle. On voit ainsi s'établir dans les promesses de transformations portées par les discours publics circulants, un lien fort entre société durable, codification du savoir, normes de diffusion, industrie, économie, et innovation (Arnault, 2006), que nous allons explorer dans le point à venir.

Nouvelles rationalités communicationnelles et économie du savoir

L'enjeu scientifique poursuivi dans l'analyse de ces rationalités communicationnelles, associées à un projet de nouvel espace économique, consiste pour nous à expliciter les relations dialectiques établies entre les organisations de type « grandes entreprises », et le contexte social, économique, politique, juridique dans lequel elles s'inscrivent.

Au plan méthodologique, nous nous efforçons donc de dépasser l'étude des stratégies et des pratiques de communication des organisations (Bourdin, Bouillon, Loneux, 2007). Leurs messages diffusés en direction des différents publics, ne constituent en effet que l'un des aspects de leurs rapports avec les phénomènes communicationnels qui les lient à la société dans son entier. Ainsi, nous procédons à l'examen systématique des thématiques de RSE et de DD abordées dans les discours, mais au-delà, nous appréhendons les modalités de leur « résonance » à différents niveaux de la société, et essayons de rendre compte des dynamiques de leur évolution.

Au plan conceptuel, le terme de rationalité est à entendre comme principe d'intelligibilité du monde. La mobilisation de ce terme pour évoquer le rapport supposé exister entre économie et communication de la RSE dans l'espace public, fait sens selon nous. En effet, cette modernité invoquée — à prendre au sens restreint de nouveauté d'un modèle d'économie proposé — ne serait pas accessible en l'état. La RSE offre une pensée de l'unité de cette société apparemment très plurielle, et les discours pour définir ce modèle cohérent, sont portés par des acteurs qui considèrent l'idée de dynamiques communicationnelles comme étant constitutives de la « société durable ». De même, ils encouragent l'extension de pratiques complexes, rationnelles et différenciées en matière de citoyenneté, de politique, et de discussion, auprès d'un nombre d'acteurs de plus en plus diversifiés.

Cette explicitation de la pluralité des niveaux d'acteurs ainsi présente dans la phraséologie de l'économie des idées et des savoirs, va de pair avec la mise en place de formes inédites de liens sociaux, repensant le rapport entre intérêt général et intérêt particulier : *« les plans d'action des acteurs participants ne sont pas coordonnés par des calculs de succès égocentriques, mais par des actes d'intercompréhension. »* (Habermas, 1981, T 1, pp. 295-296).

Construire le collectif passerait par la constitution de savoirs, émanant de multiples voies, censés mettre en œuvre des valeurs considérées comme constitutives de l'économie, et répondre aux aspirations des hommes qui recherchent la justice, la démocratie, ou la préservation de l'environnement. Autant de mots d'ordre portés par la RSE, qui sous-tendent une recomposition de la hiérarchie et de la nature des acteurs sociaux intervenant sur les mécanismes de régulation et de cohésion socio-économique.

Dans cette perspective, l'économie privilégie le langage de la concertation généralisée : l'intercompréhension, la discussion et le consensus caractérisent ce supposé nouvel espace de dialogue entre « partenaires » (Errecart, 2009),

fondé sur des assemblages innovants de savoirs et d'acteurs organisationnels. Les mécanismes d'échange y seraient revisités, le cadre de régulation et de discussion reliant les mondes économiques, citoyens, et militants étant à comprendre comme ceux d'un ensemble de « parties prenantes » aux prises avec des logiques d'action plurielles.

Notons que ces propositions de structuration et configuration sont autant induites par les transformations sociétales en cours, qu'elles peuvent induire ces recompositions en termes de relations entre organisations et espace public, ou encore de constructions de représentations sociales.

La rationalité communicationnelle proposée dans la théorie de la discussion d'Habermas (1981) constitue-t-elle pour autant une clef de lecture de ce modèle de société de la RSE ? En effet, Habermas s'attache à comprendre les modalités de dialogue possibles, les cadres de discussion, les procédures qui président à l'élaboration de régulations d'acteurs de différents mondes en co-présence. Or, dans le cas de l'économie du savoir, nous nous situons au plan symbolique et non au plan de l'action et de l'agir communicationnel tel que l'auteur le propose. Dans les discours des chartes, documents, codes, guides, déclarations dont nous analysons la dimension symbolique, *Danone*, par exemple, produit un ensemble de publications portant sur le développement durable, « démarche partagée dans l'entreprise ». Le document appelé « *Danone Way* », ou encore la charte « Alimentation, Nutrition, Santé », ou celle portant sur l'environnement, sont orientés vers une sorte de survalorisation, à destination des salariés et de la société, des connaissances scientifiques concernant la médecine, la nutrition, la préservation de l'environnement ou encore de la qualité alimentaire. Des politiques de communication fortes en matière de RSE les accompagnent selon une visée instrumentale, les acteurs éprouvant une difficulté à se défaire du paradigme productiviste. Lorsqu'ils utilisent l'argument RSE, il s'agit en effet pour eux d'arriver à leur fin, soit de promouvoir des représentations symboliques particulières sur les entreprises (par l'argument scientifique, on vante un engagement pour la qualité de l'alimentation). De telles productions communicationnelles rendent donc difficile une véritable mise en œuvre, sur le modèle économique proposé, des principes de discussion conceptualisés par Habermas.

Le discours public de la RSE opère plutôt des glissements entre sphère marchande et publique (Loneux, Huët, 2009), et n'est pas assis sur un véritable dialogue entre individus qui se situeraient sur un plan d'équité dans la discussion. L'accord présumé sur le bien-fondé du DD, l'intérêt commun, la négociation entre parties prenantes, semble plutôt se fonder unilatéralement qu'en réseau de savoirs et de connaissances partagées. L'essor annoncé de la « société du savoir » et des nouvelles rationalités communicationnelles censées l'accompagner, place les entreprises au cœur de l'espace public de délibération, et invente des modalités d'entente différentes. Les entreprises deviennent quasiment « à but non lucratif », œuvrant au service de l'ensemble de la

société. L'exploitation des ressources, les choix en matière d'investissement, l'orientation des développements technologiques ou encore les changements institutionnels, sont censés être pensés en harmonie avec les capacités présentes et futures de notre société de répondre aux besoins et aspirations des citoyens et des entreprises. Le DD est présenté comme une solution économique efficace, équitable au plan social, bref, une solution morale aux maux de notre société. Mais au final, ces rationalités communicationnelles ne semblent être réalisables que dans la mise en œuvre du langage porté par la RSE.

Dans notre dernier point, nous évoquerons ces phénomènes d'acculturation dans le cadre particulier des organisations. Le pari de voir se développer une « économie créative » (Veltz, 1991) de la connaissance, au service de tous, semble là encore déplacer les significations habituellement en cours pour définir le monde économique contemporain.

Rationalisation des acteurs dans « l'économie créative »

Les choix proposés par les tenants des discours de la RSE incitent à inventer de « nouvelles gouvernances » en entreprises, issues de dispositifs d'autorégulation peu contraignants. Nous verrons dans un premier temps qu'elles sont censées dynamiser l'économie, la rendre « créative », en plaçant encore une fois en son centre la question des savoirs (leur construction, leur circulation, leur capitalisation par des dispositifs numériques liés à l'idéologie de la connaissance, ou encore par des dispositifs éthiques prônant des valeurs d'engagement sociétal). Nous approfondirons dans un second temps la question des processus d'installation de tels cadres normatifs chez les salariés. Les limites de ce type de rationalisations envisagées dans le néomanagement de la RSE seront abordées.

Évoquons donc pour commencer la notion d'« économie créative » proposée par Veltz (1991), sorte de principe d'innovation obligée appliquée à l'économie, idée récurrente de la RSE justement. Le « co-développement » de l'entreprise — durable et responsable — exigerait selon lui l'émergence de nouveaux savoirs, en permanence, mis en commun, aboutissant à de la coopération, de l'intercompréhension, et à la formulation *es* buts supérieurs communs qui réinventent les jeux d'acteurs organisationnels. Les connaissances sont ainsi considérées comme un investissement, qu'il convient de réviser, de partager, au service d'une gouvernance nouvelle. Il semble que chaque fonctionnalité de l'organisation soit aujourd'hui accompagnée par des raisonnements, des réflexions, du symbolique, de l'expertise, de la mobilisation de ressources cognitives censées conduire à la réalisation des objectifs.

Le terme de « savoir » est alors travaillé par l'ingénierie symbolique en lien avec un nouveau modèle économique fantasmé. Puisque le savoir est universel, qu'il se pose en terme de droits de l'homme, considéré comme un citoyen ayant des droits et des devoirs, alors on se détache progressivement de l'économie chiffrée pour tendre vers une nouvelle conception de celle-ci,

plus étendue dans ses domaines d'application, proposant un brouillage des significations quant aux prérogatives des uns et des autres dans l'entreprise et dans la société.

Le « travail créateur » (Menger, 2009 ; Bouillon, 2003) est une émanation logique de l'économie créative, assorti de l'argument omniprésent de « changement ». Il repose sur le principe d'incertitude du cadre de l'action, incertitude que le discours éthique sur les valeurs entend justement pouvoir apaiser en considérant l'idée du mouvement comme nécessaire, presque salutaire au bon fonctionnement de l'organisation de travail. Ceci s'explique par le fait que lorsque l'on commence à créer, on ne sait pas quel va être le produit de l'activité, et l'activité n'est que très faiblement routinière. Le travail se réalise ainsi dans un contexte de très large autonomie, avec une faible procéduralisation externe, les salariés étant placés en logique de réseau, de changement permanent donc, sans structure trop formalisée ni rationalisation forte des tâches. Ainsi, la motivation qui conduit à la mise en œuvre du travail créateur, est l'épanouissement de soi.

Économie créative, savoir, travail créateur, autant d'expressions qui servent l'idée de progrès et de durabilité pour l'organisation : les talents individuels, la norme de travail faite d'engagement et d'intégrité, l'expérience du salarié et de son action en tant que sujet acteur sont privilégiés.

On peut néanmoins voir deux limites qui se posent à ce néomanagement au service d'un modèle de gouvernance innovante et responsable. Il doit tenir compte de la tension susceptible de s'installer autour de l'idée d'autonomie : elle ne va pas de soi et se heurte à la préoccupation du maintien du contrôle managérial. Autre tension qui émerge, celle du passage de l'individu au collectif, qui questionne le rapport entre l'« instituant » et l'« émergent », les imaginaires des individus et les « imaginaires collectifs », autant d'éléments en interaction qui rendent compte de la complexité de l'organisation.

L'ingénierie symbolique de la RSE pose donc aussi la question des processus d'installation des cadres normatifs en la matière. Ceux-ci peuvent être assimilables à des « apprentissages organisationnels », proposés aux acteurs de l'organisation par une communication axée sur la « confiance », les règles — éthiques en l'occurrence — à partager. Sur cette part instituée des stratégies de valorisation de telle ou telle logique d'action ou valeur proposée, David Courpasson souligne qu'elle est liée au phénomène d'intériorisation par l'individu, à son insu, de cadres normatifs (Courpasson, 1997, p. 51).

« Selon une telle hypothèse, la demande du salarié peut être traduite en termes de besoin en symboles internes à l'entreprise – appartenance, rituels, valeurs, etc. –, parmi ces symboles, certains seraient à favoriser car ils seraient corrélables à des comportements productifs. Il s'agit d'une application du marketing à une réalité immatérielle d'un type nouveau. Il ne s'agit plus de dématérialiser un produit pour le transmuier en objet de désir, il s'agit de matérialiser en signes énoncés des désirs individuels et communautaires plus ou moins subconscients, voire inconscients.

D'une certaine manière, la communication interne s'apparente de plus en plus à la communication politique où l'adhésion est la question centrale. (Bernard, 1998, p. 55)

L'émergence de tels cadres normatifs réputés innovants peut se faire via le mélange des registres personnel et professionnel. Ainsi, le document « Maximisez votre performance » d'un groupe pharmaceutique mondial X, s'inscrit dans la nébuleuse des écrits portant sur l'éthique d'entreprise, et il y est question de valeurs : respect des Hommes, intégrité. Ce test destiné aux personnels est révélateur de la tendance actuelle à naturaliser l'approche citoyenne des entreprises, à faire en sorte qu'elles soient internalisées par les salariés, notamment pour donner un statut sociétal au groupe. On retrouve la même tendance dans les « Principes de conduite des affaires pour contrer la corruption » produits par *Transparency International et Social Accountability International*, deux groupements proches des milieux d'entreprises qui affirment contrer la corruption, encourager des principes d'intégrité, et influencer au final sur les « pratiques individuelles », en évoquant le sens d'un engagement des acteurs, considérés alors sur le plan de leur vie personnelle.

Là encore, nous poserons une limite à ce type de stratégies, et nous nous interrogeons sur le réel souci de développement de pratiques innovantes, de propagation des savoirs ou d'écologie. D'ailleurs, le rôle du communicant n'est pas très important dans la phase de conception finalement, et les réserves qu'il émet au plan de l'impact écologique éventuel de telle production de bien de consommation ne freineront pas l'innovation organisationnelle. Les discours ont en définitive pour but de conforter les choix organisationnels opérés dans le processus de conception, d'atteindre une organisation « homogène », d'essayer d'installer les acteurs dans une relation de « confiance » par des dispositifs de management prenant en compte les besoins des salariés.

Les environnements seraient ainsi « travaillés », en lien avec les individus, leurs désirs et aspirations. Une salariée (pharmacovigilance) interrogée dans le cadre d'une enquête du groupe X déjà évoqué n'hésite pas à reconnaître cette dimension manipulateur : « *La répétition orale et écrite de certaines valeurs permet l'acquisition des phrases type. Mais rien pour acquérir réellement des connaissances* » ; « *La notion de transparence est un moteur pour faire avancer les salariés. Faut-il encore qu'une cohérence existe entre le discours et les faits* ». Un autre, responsable qualité dans le même groupe, relève « *l'incongruence entre le discours et les actes des managers qui aurait tendance à détruire le travail de communication sur l'« éthique »* ».

Pour conclure, nous pouvons indiquer à l'issue de ces observations que la RSE nous semble être une sorte de religion du capitalisme durable, à l'origine du discours contemporain de la fin de l'histoire ou de l'utopie du partenariat généralisé. Nous avons pu mettre en lumière, en partie, les pratiques de débat dans la société ainsi que celles du management, qui s'alignent sur une injonction à changer de modèle économique, et sont porteuses d'un

messianisme économique. Elles appellent à un style de gouvernance transparent envers les actionnaires, valorisent le lien entre les gestionnaires de l'entreprise et ses propriétaires, que sont les actionnaires. Les salariés sont eux présentés comme les forces vives d'une « économie créative » nécessaire au fonctionnement optimal de la production, et on les enjoint à être porteurs d'un message de durabilité, associant le capital et le travail, dans un souci commun de réussite qui prend ses sources dans les discours paternalistes de l'entreprise corporatiste du XIX^e siècle.

Ainsi, ni le chercheur, ni le manager — dans la mesure où les professionnels veulent théoriser leurs pratiques — ne négligent le rôle des phénomènes communicationnels qui traversent aujourd'hui les organisations et la société, et tentent de saisir tous les facteurs formels et informels constituant la « vitalité » des normes qui circulent en matière de RSE, contribuant à construire les idéaux économiques contemporains. Aujourd'hui, l'entreprise s'institutionnalise, et se raconte par des discours dans les médias, ce qui nous place devant un changement de paradigme socio-économique bel et bien porté par la communication (D'Almeida). Les stratégies institutionnelles cristallisent la confiance, des jeux de construction d'images ont cours, des repères sont proposés pour communiquer de façon cohérente, en donnant l'idée que les entreprises s'intègrent pleinement à notre société, qu'elles sont des institutions de ce capitalisme (Huët, Loneux, 2009).

BIBLIOGRAPHIE

ARNAUD Michel. « Propriété intellectuelle et accès public au savoir en ligne ». **In** : OILLO Didier, BONAVENTURE Mvé-Ondo Coord. Paris : CNRS, 2006, pp. 61-68, Hermès 45.

BADILLO Patrick-Yves, PROULX Serge. « Mondialisation de la communication, à la recherche du sens perdu ». In : DURAMPART Michel Dir. *Société de la connaissance, fractures et évolutions*. Paris : CNRS, 2009, pp. 117-134, Les Essentiels d'Hermès.

BERNARD Françoise. « Le management de projet : une logique de communication « imparfaite ». » *Communication et Organisation*, 1998, n° 13, pp. 175-187.

BOUILLON Jean-Luc. « Du partage des savoirs à l'économie cognitive : quelles rationalisations informationnelles et communicationnelles ? » **In** : *ERISCO*. Partage des savoirs, février 2003, Lyon. Lyon : Université Lyon 3.

BOURDIN Sylvie. « Interroger l'efficacité du discours performatif sur la société de l'information à partir de l'exemple des TICE ». **In** : *Interroger la « société de l'information »*, 17-18 mai 2006, Montréal. Montréal : Université McGill., GT 13 Sociologie de la communication, de l'AISLF.

BOURDINSylvie,BOUILLONJean-Luc,LONEUXCatherine.Delacommunication organisationnelle aux « approches communicationnelles des organisations » : glissements paradigmatiques et migrations conceptuelles. In: BOURDIN S., BOUILLON Jean-Luc, LONEUX Catherine Dirs. *Migrations conceptuelles. Construction des approches communicationnelles des organisations dans les Sciences Humaines et Sociales*. Bordeaux: Communication et Organisation, Université de Bordeaux 3, GRECO, 2007, n° 31, pp. 1-13.

COMETTI Jean-Pierre. J. Habermas, C. Taylor, R. Rorty, « Rationalité et contingence ». In: *Le philosophe et la poule de Kircher*. Paris: Éclat, 1997, chapitre VI.

CONSEIL EUROPÉEN. *Stratégie de Lisbonne*. 2000 <http://ec.europa.eu/education/policies/2010/>

COURPASSON David. « Régulation et gouvernement des organisations. Pour une sociologie de l'action managériale ? ». *Sociologie du travail*, 1997, n° XXXIV- 1, pp. 39-61.

D'ALMEIDA Nicole. *La société du jugement, Essai sur les nouveaux pouvoirs de l'opinion*. Paris: Armand Colin, 2007.

ERRECART A. *Les partenariats entre organisations économiques et associatives: des espaces communicationnels hybrides entre divergences et convergences. Sciences de l'Information et de la Communication*. Thèse. Paris: Université Paris-Sorbonne Paris IV, 2009, 433 pages.

HABERMAS Jurgen. *Théorie de l'agir communicationnel*. Paris: Fayard, tome I, tome II., 1981.

HUET Romain, LONEUX Catherine. « Une analyse communicationnelle des écrits de la RSE: le cas des chartes et codes de conduite ». *Revue de l'Organisation Responsable*, 2009, n° 1 vol. 4, pp. 54-62.

LONEUX Catherine. « Proclamation d'une nouvelle matérialité pour l'éthique dans les organisations: forme d'organisation inédite du travail ou réaménagement des effets de la communication symbolique ». *Communication & Organisation*, 2001, n° 19, pp. 79-98.

LONEUX Catherine, HUET Romain. « Le tournant institutionnel de la RSE à l'épreuve de l'analyse communicationnelle ». *Revue Française de Socioéconomie*, 2009, n° 4, pp. 117-134.

MENGER Pierre-Michel. *Le travail créateur, s'accomplir dans l'incertain*. Paris: Gallimard, Seuil Éditions de l'EHESS, 2009.

STIGLITZ Joseph. *La grande désillusion*. Paris: Plon, et Livre de Poche, 2003.

STENGERS Isabelle. « Copenhague: il ne faut pas se fier au capitalisme vert ». *Libération*, lundi 30 novembre 2009, p. 22.

UNESCO. *Vers les sociétés du savoir*. Paris: Unesco, 2000.

VELTZ Pierre. « Communication, réseaux et territoires dans les systèmes de production modernes ». In: ROWE Franz, VELTZ Pierre Eds. *Entreprises et territoires en réseaux*. Paris: Presses de l'École Nationale des Ponts et Chaussées, 1991, pp. 93-126.

ZARIFIAN Philippe. *Travail et communication - Essai sociologique sur le travail dans la grande entreprise industrielle*. Paris: Presses Universitaires de France, Sociologie d'aujourd'hui, 1996.

• • •

Résumé : Cet article propose une analyse critique des espaces de médiation et de gouvernance mis en avant par la nouvelle économie, dite de la connaissance ou encore du savoir, appelée à être durable et responsable : Quelle recomposition des hiérarchies d'acteurs est proposée ? Quels mécanismes de régulation socio-économique sont choisis ?

Mots-clés : responsabilité Sociale de l'Entreprise, Éthique managériale, régulation, communication, sphère publique, démocratie.

Abstract : *This text gives a critical analysis concerning mediation and government spaces that are put forward in the new economy, also called knowledge economy, supposed to be durable and responsible : What kind of actors hierarchy recompositions are offered ? What kind of regulation and socio economical mechanisms are chosen ?*

Keywords : *Corporate Social Responsibility, Business Ethics, Regulation, Communication, Public sphere, Democracy.*