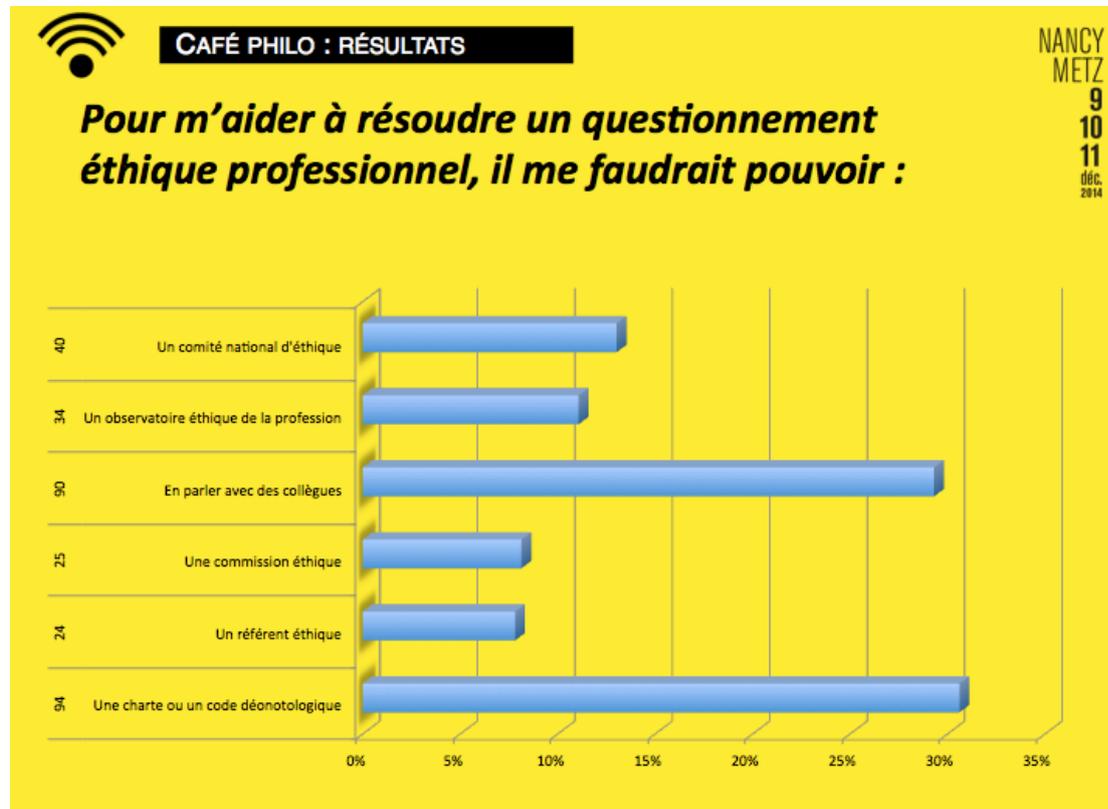


## Réflexions sur l'éthique du communicant public

Les grandes manifestations républicaines du 11 janvier 2015 ont rappelé que les communicants publics, comme les enseignants, étaient porteurs de valeurs au sein de la société. Cette responsabilité conduit à des questionnements éthiques pour « *donner du sens à ce que l'on fait* », a expliqué le philosophe Pierre-Henri Tavoillot lors du Forum Cap'Com de décembre 2014. Le renouveau d'un besoin d'éthique dans l'action publique conduit les communicants à s'interroger sur les règles du vivre-ensemble, les valeurs du service public, la déontologie propre aux communicants publics. Charte et comité éthiques sont aujourd'hui réclamés. Retour sur un travail collectif autour de l'éthique de la profession.

Lors du Forum de la communication publique, à Nancy en décembre dernier, plus de 300 participants ont travaillé ensemble sur les situations et les valeurs éthiques de la profession. Un travail complété par le regard de Pierre-Henri Tavoillot, président du Collège de Philosophie de la Sorbonne.



« Pour nous aider à pouvoir résoudre des questionnements éthiques professionnels, il nous faudrait pouvoir disposer d'une charte ou d'un code de déontologie », ont interpellé les communicants lors du Café philo du Forum. Certes, la Charte déontologique de la communication publique – dite Charte de Marseille – reste la référence. Une charte qui fut discutée, amendée et adoptée dans le cadre de Cap'Com et qui fut proclamée le 25 novembre 2002 à Marseille, en ouverture du 14e Forum de la communication publique. Mais d'autres textes servent parfois de référence comme la Charte d'éthique professionnelle des journalistes ou le Code d'éthique des professionnels de la communication publié par l'Association internationale des spécialistes des communications commerciales. Autre exemple plus lointain, le Code d'éthique professionnel de l'Association des communicateurs du Québec qui, comme l'explique Louis Latraverse son président, « est remise à tous les nouveaux communicants pour être affichée dans les bureaux ». L'éthique demande un processus continu d'échanges qu'il faut organiser.

*« Au delà des codes éthiques ou des chartes déontologiques, l'éthique est une démarche qui repose sur le dialogue », prévient Pierre-Henri Tavoillot. En effet, l'éthique n'est pas un ensemble de valeurs qui servirait à trouver son chemin, pas plus qu'elle n'est un ensemble de règles régissant la vie professionnelle. L'éthique est un questionnement individuel que l'on résout collectivement. C'est en allant dans ce sens que les communicants du dernier Forum ont avancé l'idée d'une instance de débat pour pouvoir aborder dans le cadre de la profession ces questions parfois personnelles. Pierre-Henri Tavoillot, rappelle fort justement que « L'éthique c'est surtout s'engager, assumer un positionnement. Plus qu'une charte, il faudrait un questionnement général, un processus continu d'échanges ». Un peu à l'image de ce que permet en son sein le réseau Cap'Com. Dans certains secteurs, la santé, la recherche, mais aussi les médias, de telles possibilités de dialogue existent qui permettent parfois des recours individuels et construisent des avis partagés. Parce que l'éthique professionnelle est collective, c'est dans la capacité d'une profession à se mettre en réseau et à se doter d'outils communs de dialogue et de réflexions, que l'on mesure son cheminement éthique.*

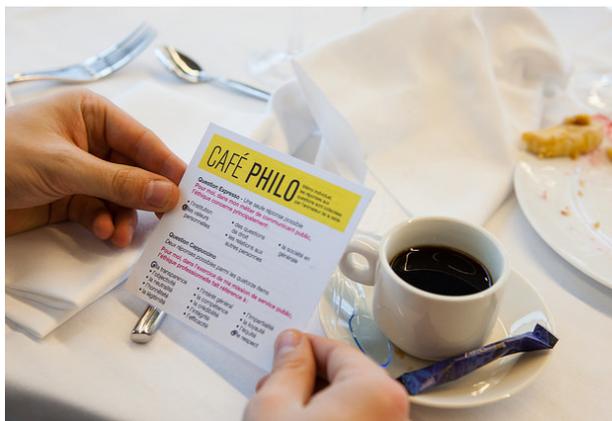
### **Au croisement de la communication et du service public**

En travaillant sur l'éthique spécifique de leur métier, au croisement de la communication et du service public, les participants du Forum ont aussi défini trois domaines dans lesquels le questionnement éthique s'applique prioritairement.

D'abord, et cela semble évident, dans le cadre de la passation des marchés publics de communication. Le droit en la matière est justement là pour garantir quelques règles vertueuses mais les pratiques ne sont pas toujours conformes à l'esprit des textes notamment lorsque l'attribution d'un marché public est favorisé ou que certaines pratiques doivent être couvertes.

Ensuite dans le domaine de l'information où le communicant public a la responsabilité de ses écrits et de ses actes. Au regard de ses convictions et de sa conscience professionnelle, il lui appartient de veiller au respect de certains principes comme la dignité des personnes, la véracité des informations, l'équité et l'impartialité des contenus. Il doit aussi éviter les dérives comme l'intention de nuire, l'altération des documents, la déformation des faits, le détournement d'images, la manipulation, la censure ou l'autocensure.

Enfin, dans la pratique quotidienne de son métier, le professionnel doit veiller à la déontologie du service public. Une attention toute particulière doit être réservée au respect de la frontière mouvante entre son action et l'action politique de ses élus. Utilisation des outils de communication à d'autres fins, engagement professionnel au service d'activités politiques personnelles ou partidaires sont autant de dérives possibles. De plus, situé au croisement d'acteurs économiques, politiques et sociaux, le communicant public peut être mis face à des conflits d'intérêts qui demandent une rectitude morale et professionnelle.



300 participants du Forum de la communication publique de décembre 2014 ont travaillé ensemble sur l'éthique de leur métier

### Les situations professionnelles qui en appellent à l'éthique.

Très concrètement, les participants au Forum de la communication publique ont listé les situations professionnelles que chacun peut rencontrer et dans lesquels il peut en appeler – ou aimerait en appeler - à l'éthique de sa profession. « *Mon maire me demande d'écrire un article dans le journal municipal dénigrant la communauté qui s'est installée sur un terrain dans la commune* ». « *Mon dircom veut que je conduise un appel d'offre aux conditions parfaitement excessives* ». « *Sur mon budget communication, mon président souhaite passer une insertion dans une publication amie* ». « *Dans quelle mesure j'ai le droit de relater un fait mettant en cause un habitant de la commune* ». « *Mon DG me fait comprendre quel est le prestataire qui doit être retenu compte tenu de services rendus* ». « *Lors d'une réunion publique des informations que je sais erronées ont été sciemment communiquées aux participants* ». Que faire face à de tels cas, sur quoi fonder son comportement ?

### La recherche de l'intérêt général

Poursuivant leur travail de réflexion collective, les participants du Forum ont fait émerger la valeur éthique qui leur apparaît fondamentale dans leur métier. Une valeur qui comprend à la fois les concepts de respect, de loyauté, d'honnêteté, de transparence et d'équité. Interrogés, les communicants publics ont considéré que l'éthique devait être synonyme d'intérêt général. Une valeur fondatrice qui, pour Pierre-Henri Tavoillot, « *doit constituer la clé de l'action au delà de l'intérêt de l'élu ou même de l'institution* ». « *La morale, selon Kant est une action désintéressée dès lors qu'on recherche le désintéressement*. Mais attention, prévient le philosophe, l'intérêt général n'est pas un concept facile à manier « *dans la politique française, l'intérêt général émane de la négociation des intérêts particuliers. Aux États-Unis, il y a une mise en concurrence entre les différents intérêts* ».

### Les communicants publics sont des acteurs importants de l'espace public

La recherche de l'intérêt général demande l'existence d'un espace public, ce lieu virtuel entre l'État et les individus qui permet aux individus de publier leurs idées sur le vouloir vivre ensemble et donc de rechercher ensemble l'intérêt général. « *Une notion fondamentale née au siècle des Lumières, dans des salons littéraires* », rappelle Pierre-Henri Tavoillot.

Les communicants publics sont des acteurs importants de cet espace public. Or cet espace public a un contenu qui relève des opinions. « *Les opinions ce ne sont ni les savoirs, ni les croyances. C'est ce dont on peut discuter. On discute peu sur nos croyances « Dieu existe », ou nos savoirs « 1+1 = 2 ». On délibère de ce qui n'est ni totalement certain (les savoirs), ni totalement personnel (les croyances)* ». Plusieurs pathologies peuvent affecter l'espace public, explique Pierre-Henri Tavoillot. Comme l'hypertrophie de l'État quand il absorbe l'espace public et mène à la dictature ou comme la

pathologie inverse quand l'espace public n'est qu'un espace de divertissement et de publicité aux mains du marché économique. Nous sommes relativement bien alerté sur ces pathologies même si elles peuvent continuer d'exister. En revanche nous souffrons d'un mal actuel plus insidieux. « *On ne sait plus ce qui relève des savoirs, des croyances et des opinions. L'espace public est constamment saturé aujourd'hui par cette confusion* », lance de manière prémonitoire le philosophe.

### **Des dispositifs pour faire progresser l'éthique de la profession**

Réflexions éthiques, charte ou code de déontologie, comité ou commission éthique, des dispositifs semblent aujourd'hui manquer ou devraient être renforcés au sein de la profession. Voilà une tâche qui incombe au réseau. Le Comité de pilotage de Cap'Com a déjà abordé cette question à plusieurs reprises lors de ces dernières réunions. Il devrait rapidement conduire Cap'Com à apporter des réponses aux communicants publics et territoriaux.

\* \* \*