

Ethique
conomi que
que
cs
cs

ETHICS, ECONOMICS & COMMON GOODS, vol. 14, No. 2, julio-diciembre 2017, es una publicación semestral editada por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla A.C., calle 21 Sur 1103, Col. Santiago, C.P. 72410, Puebla, Puebla. Tel. (222) 2299400, <https://ethics-and-economics.com/>, callspapers@ethics-and-economics.com. Editor responsable: Jérôme Ballet. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2022-071213543400-102, ISSN en trámite, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Fecha de última modificación, 30 de diciembre de 2017.

INDEX

ARTICLES

Introduction: Scripture's Antithetical-Primary Population Matthias Nebel	2
Agency, socially contemplated Antonio D'Agata	4
Assesing how large is the market for prostitution in the European Union Philippe Adair	17
El enfoque de capacidades y el programa de combate a la pobreza Prospera de México Pablo Mejia, Leobardo De Jesús & María-Teresa Herrera-Nebel	38
Le discours moral corporatif comme récit portant sur l'éthique organisationnelle. Une approche inspirée par la philosophie de Paul Ricoeur Michel Dion	57
Midiendo la meta-capabilidad de agencia: base teórica para la creación de un indicador de responsabilidad Matthias Nebel & María Teresa Herrera-Nebel	83
Medición de la meta capacidad de agencia en el ámbito laboral Matthias Nebel & María Teresa Herrera-Nebel	105

Le discours moral corporatif comme récit portant sur l'éthique organisationnelle. Une approche inspirée par la philosophie de Paul Ricoeur

BY/PAR MICHEL DION

Chaire de recherche en intégrité financière
Université de Sherbrooke

ABSTRACT

As the narrative about organizational ethics, corporate moral discourse is characterized by three elements: (1) the act of telling organizational life, as it is determined by memory and promise; (2) the fore-understanding of organizational life and the re-presentation of moral consciousness; (3) the world-dream as a re-reading/re-writing of organizational life. Two business corporations have been chosen: Walt Disney (entertainment for children and families) and Abbott (drugs). In each case, we will analyze the corporate citizenship annual report and the corporate code of ethics. On one hand, Paul Ricoeur's hermeneutic philosophy will be used in order to unveil to what extent corporate moral discourse presents itself as narrative. On the other hand, our analysis of the two corporate citizenship reports will reveal that such reports do not mirror any existential questioning. .

Keywords: CSR; organizational ethics, Ricoeur

RESUME

En tant que récit portant sur l'éthique organisationnelle, le discours moral corporatif est caractérisé par les trois éléments suivants: (1) l'acte de raconter la vie organisationnelle en tant qu'il est déterminé par la mémoire et la promesse; (2) la pré-compréhension de la vie organisationnelle et la re-présentation de la conscience morale; (3) le rêve d'un monde à habiter, en tant que re-lecture/ré-écriture de la vie organisationnelle. Deux entreprises ont été choisies: Walt Disney (divertissement des enfants et des familles) et Abbott (médicaments). Dans chaque cas, nous analyserons le rapport de citoyenneté corporative ainsi que le code d'éthique organisationnel. D'une part, la philosophie herméneutique de Paul Ricoeur sera utilisée afin de révéler dans quelle mesure le discours moral corporatif se présente comme un récit. D'autre part, l'analyse des deux rapports de citoyenneté corporative sous étude révélera qu'ils ne reflètent pas un questionnement existentiel.

Mots clés : RSE ; éthique organisationnelle ; Ricoeur

JEL Classification : M14

1. INTRODUCTION

Le discours moral corporatif réfère aux événements et phénomènes organisationnels, tels qu'ils sont interprétés par différents documents dont le contenu est structuré, entre autres, par des préoccupations éthiques. L'interprétation desdits événements et phénomènes vécus par l'organisation est racontée par écrit. La narration écrite est une transposition, et ainsi, une version incomplète du récit qui a précédé l'écrit et qui, dans l'organisation, a donné lieu à diverses discussions, souvent à plusieurs niveaux hiérarchiques, en ce qui a trait à ces événements et phénomènes organisationnels qui sont à l'origine du discours moral corporatif et qui pourraient être qualifiés de fondements extrinsèques. Ces fondements extrinsèques du discours moral corporatif sont d'ordre événementiel ou phénoménal. En milieu organisationnel, la narrativité se manifeste à partir de tels fondements, dont certains peuvent aisément être retracés dans l'histoire de l'organisation (un scandale précis), ou dans l'histoire de son secteur d'activités, ou dans l'histoire du milieu des affaires où l'entreprise a son siège social ou ses opérations principales. D'autres événements ou phénomènes agissant comme fondements du discours moral corporatif semblent avoir été obliés de la conscience collective au sein de l'organisation: personne ne paraît se souvenir de l'origine historique de telle ou telle préoccupation éthique, même si tout le monde s'accorde pour endosser cette préoccupation. Dans les deux cas, il y a tout de même narration. L'être humain est un être qui raconte l'histoire de sa propre vie: sa vie familiale, sociale, organisationnelle. La fonction narrative ne peut disparaître. Elle fait partie intégrante de l'interprétation et de la compréhension, affirmait Ricoeur. Elle évolue ainsi à travers l'histoire corporative. Pour Ricoeur, la fonction narrative est vouée à demeurer éternellement présente, puisque nous sommes des êtres historiques¹. Le discours moral corporatif comme récit portant sur l'éthique organisationnelle évolue au cours de l'histoire corporative, à la fois dans son contenu et dans sa structure. Les événements et phénomènes corporatifs font expérimenter aux membres organisationnels les limites herméneutiques du discours moral corporatif, et particulièrement les limites imposées par les valeurs, croyances, principes et normes de comportement organisationnels.

Le discours moral corporatif est à la fois une réponse à une question antérieure (renvoi au passé) et une affirmation pro-active (projection dans le futur). D'une part, le discours moral corporatif est une réponse de l'organisation à des drames antérieurs qui ont suscité de multiples questions liées à son éthique et/ou à sa culture organisationnelle, qu'il s'agisse de scandales ou de conflits qui ont secoué l'entreprise de l'intérieur sans qu'ils soient médiatisés, ou au contraire de crises qui ont été plus ou moins largement couvertes par la presse. D'autre part, le discours moral corporatif est une affirmation pro-active qui renvoie implicitement à des scandales ou crises vécues soit le secteur occupé par l'organisation, soit dans le milieu des affaires en général, que ce soit dans le pays de son siège social ou dans des pays où l'entreprise a des opérations. Dans les deux cas, il se présente comme un récit dont l'objet est l'éthique organisationnelle, implicite ou explicite. Lorsque ce récit renvoie à une éthique organisationnelle explicite, ce sont les documents corporatifs éthiquement orientés dont il s'agit (textes). Quand le récit renvoie à une éthique organisationnelle implicite, alors il s'agit des actions et décisions prises dans l'organisation en tant que quasi-

¹ Paul Ricoeur. (1997). *Temps et récit. II- La configuration dans le récit de fiction*. Paris: Seuil, p. 58.

textes. Le discours moral corporatif est le récit portant sur l'éthique organisationnelle dite globale, parce qu'elle se manifeste à la fois explicitement comme une série de textes plus ou moins inter-reliés (documents corporatifs éthiquement orientés) et implicitement comme une série d'actions et décisions prises dans l'organisation (quasi-textes). Sans la notion de récit, l'éthique organisationnelle globale (explicite et implicite) perdrait la narrativité qui l'entoure et la caractérise. D'où l'importance de ramener à l'avant-plan le discours moral corporatif. Quand le récit fait place à une éthique organisationnelle explicite, et donc à des documents éthiquement orientés, alors sa narrativité n'est effective que s'il y a des événements autour duquel se construisent les textes. Si les textes corporatifs sont exempts de toute dimension événementielle, dès lors nous pourrions les qualifier d'« histoires qui aspirent à devenir des récits » - ce que le néologisme anglais *would-be narrative* rendrait parfaitement -, ou plus simplement de pseudo-récits. C'est souvent le cas avec les documents corporatifs éthiquement orientés. Leur dimension événementielle est si minime qu'il serait excessif de parler de leur narrativité intrinsèque. Cela n'empêche pas le discours moral corporatif d'être véritablement le récit de l'éthique organisationnelle globale (explicite et implicite), puisqu'il est le reflet de l'histoire de l'organisation et qu'ainsi il se trouve inextricablement coloré par les événements auxquels l'organisation a été confrontée tout au long de son histoire. Il ne faudra donc pas s'étonner si les documents corporatifs que nous analyserons ne parviennent pas à dépasser le stade de la pseudo-narrativité. Cela n'enlèvera rien au caractère intrinsèquement narratif de l'éthique organisationnelle globale (explicite et implicite).

En tant que récit portant sur l'éthique organisationnelle globale (explicite et implicite), le discours moral corporatif nous apparaît être caractérisé par les trois éléments suivants: (1) l'acte de raconter la vie organisationnelle, en tant qu'il est déterminé par la mémoire et la promesse; (2) la pré-compréhension de la vie organisationnelle et la re-présentation de la conscience morale; (3) le rêve d'un monde à habiter, en tant que re-lecture/ré-écriture quasi-événementielle de la vie organisationnelle. Pour illustrer notre propos, deux entreprises ont été choisies: Walt Disney (divertissement des enfants et des familles) et Abbott (médicaments). Dans les deux cas, nous analyserons le rapport de citoyenneté corporative (2014-2015) ainsi que le code d'éthique organisationnel (versions créées, selon les cas, entre 2012 et 2015), puisque ce sont deux documents corporatifs qui sont essentiels à saisir le contenu et l'orientation de l'éthique organisationnelle.

Dans la description du discours moral corporatif en tant que récit, nous prendrons appui sur la philosophie herméneutique de Paul Ricoeur (1913-2005). Ce philosophe français nous aidera à décoder les processus liés aux récits, partout où ils sont effectifs. La narrativité est potentiellement présente dans les documents corporatifs éthiquement orientés tout autant que dans les romans ou les pièces de théâtre. La philosophie herméneutique de Ricoeur sera utilisée afin de voir dans quelle mesure les notions ricoeuriennes peuvent trouver application dans le cadre de la narrativité propre au discours moral corporatif. Le recours à l'herméneutique ricoeurienne a ainsi pour objectif de révéler ce qui, dans le discours moral corporatif, tient du récit. C'est à l'aide de principes hérités de Paul Ricoeur que nous dévoilerons la structure narrative du discours moral corporatif.

2. L'ACTE DE RACONTER LA VIE ORGANISATIONNELLE

Dans une perspective centrée sur la narrativité, l'événement constitue la mise en place d'une intrigue qui est soit la synthèse médiatisante de diverses intentions explicites ou implicites, affirmait Ricoeur². En milieu organisationnel, l'événement donnerait ainsi lieu à une définition de rôle (par les dirigeants de l'organisation) attribués à l'une ou l'autre partie prenante (les « quasi-personnages ») et à la réalisation de ce rôle dans l'espace de réflexion et d'action que la direction de l'organisation réserve à chacune de ses parties prenantes. Pour Ricoeur, la mise en place d'une intrigue médiatise la permanence (*idem*) et le changement (*ipse*)³. La mise en place d'une intrigue fait que différents événements en viennent à s'imbriquer les uns aux autres pour créer un récit. Sans intrigue, il n'y aurait donc aucun récit possible, puisque les événements même qui seraient relatés dans une histoire donnée ne seraient pas mis en interrelation les uns avec les autres. Ricoeur montrait bien que cela suppose de prendre en considération des facteurs hétérogènes, tels que les circonstances, les différents acteurs (ex: les parties prenantes de l'organisation) et les projets, motivations et attitudes qu'ils expriment⁴. La mise en place d'une intrigue organisationnelle constitue la création continue de multiples sens issus de l'interrelation entre les divers événements et phénomènes de la vie organisationnelle.

Selon Ricoeur, la mêmeté implique la perpétuation empirique du même (*idem*), alors que le caractère du soi reflète l'ipsité (*ipse*)⁵. Ricoeur dévoile ainsi le paradoxe de l'auto-identité: nous sommes à la fois des caractères qui réclamons une certaine permanence, et pourtant nous sommes des êtres-de-promesse qui devons devenir qui-nous-sommes⁶. L'identité narrative se manifeste à travers une telle dialectique, alors que l'identité éthique traite de l'imputabilité et de la responsabilité face à nos actions et décisions⁷. En tant que récit portant sur l'éthique organisationnelle globale (explicite et implicite), le discours moral corporatif se rapporte autant à la mémoire (ce que l'organisation a été) qu'à la promesse (ce que l'organisation veut devenir). La dialectique entre la mémoire et la promesse s'exprime plus particulièrement à travers les codes d'éthique et politiques organisationnelles. De tels documents éthiquement orientés (éthique organisationnelle explicite) dévoilent des engagements corporatifs quant au bien et au mal, tels qu'ils sont interprétés par leurs rédacteurs ainsi que par ceux qui ont adopté ces textes (membres de la direction et du conseil d'administration). Nous pouvons y déceler parfois une identité narrative corporative qui, comme toutes les identités narratives, est assujettie à divers schémas issus de l'imagination⁸. Tout engagement doit être mis en rapport avec les souvenirs d'événements et de phénomènes passés. Toute affirmation d'une promesse, d'un vouloir-devenir, est centrée évidemment sur l'avenir tel que nous voulons le créer. L'engagement est issu d'un certain passé, alors que la

² P. Ricoeur. (1996). *Soi-même comme un autre*. Paris: Seuil, p. 169; Paul Ricoeur. (2009a). *Parcours de la reconnaissance*. Paris: Gallimard, p. 312-313, 316.

³ P. Ricoeur. (2013a). *Cinq études herméneutiques*. Genève: Labor et Fides, p. 80.

⁴ P. Ricoeur. (1998). *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*. Paris: Seuil, p. 25, 197.

⁵ P. Ricoeur. (1996). *Soi-même comme un autre*. Paris: Seuil, p. 195, 341; P. Ricoeur. (2013). *Anthropologie philosophique. Écrits et conférences 3*. Paris: Seuil, p. 356.

⁶ P. Ricoeur, *Anthropologie philosophique. Écrits et conférences 3*, p. 379-380.

⁷ Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, p. 167, 179.

⁸ Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, p. 176.

promesse est centrée sur l'avenir. Dans les deux cas, il faut user de l'imagination: soit pour reconstituer les souvenirs qui sont rattachés à l'événement, soit pour élaborer le devenir qui est au cœur de la promesse.

La capacité de créer des récits est, selon Ricoeur, la preuve que nous sommes des êtres qui racontons des histoires. L'être humain est un être-qui-raconte-sa-vie. Selon Ricoeur, nous ne pouvons imaginer une culture dans laquelle personne ne sait ce que cela signifie que de raconter des histoires⁹. Comme disait Ricoeur, « la » vie n'est pas une histoire. Mais « notre » vie, nous l'interprétons comme une histoire¹⁰. L'être humain est un être qui interprète le réel. Nietzsche ne disait-il pas qu'il n'y a aucun fait, mais uniquement des interprétations¹¹? En interprétant le réel, nous sommes non seulement des penseurs subjectifs (Kierkegaard), des êtres-de-langage (Gadamer), mais aussi des êtres dont l'historicité implique la narrativité existentielle: vivre, c'est raconter son histoire. Les caractères de tout un chacun rendent possible que nous puissions raconter notre histoire. C'est parce que je suis un être-avec-les-autres que l'interaction entre mon caractère et celui des autres suscite, entre nous, une histoire que chacun peut raconter à sa manière, précisément parce que chacun l'a vécue à sa manière. Ce sont nos caractères différents qui font de nous ou bien des « personnages » distincts dans l'intrigue organisationnelle, si tant est que cette intrigue est insérée dans des documents corporatifs éthiquement orientés, ou bien des « quasi-personnages », lorsque l'intrigue est implicite, inhérente à l'action en tant que quasi-texte¹².

L'auto-identité est, pour Ricoeur, si impénétrable qu'il y a un soi qui demeure constamment indicible¹³. L'action est, d'après Ricoeur, fondée sur notre capacité de raconter quelque chose à son sujet¹⁴. Que serait, en effet, une action dont nous ne pourrions absolument rien dire, ni raconter? Nous pouvons dire quelque chose au sujet de l'action que nous venons d'entreprendre ou de celle que nous voulons entreprendre. Mais cela n'est pas encore raconter quoi que ce soit à son sujet. Le dire se réduit à peu de choses, en regard du récit. Dire est une chose, tandis que raconter en suppose cent mille. L'acte de raconter, affirmait Ricoeur, réfère à quelque chose qui n'appartient pas encore au récit, mais qui s'en rapproche davantage que le simple dire¹⁵. Raconter implique d'identifier qui sont les acteurs, quelles actions ils accomplissent, quelles sont les motivations qui les animent et comment ils s'y sont pris pour aller de l'avant avec ces actions. Raconter est un acte attributif, selon Ricoeur, tout autant qu'un début d'explication¹⁶. Pour être capable de raconter une histoire, il faut être capable de réfléchir à propos des événements que nous désirons raconter. Il y a donc un moment réflexif qui précède le récit¹⁷. Ricoeur voit dans l'action et dans la souffrance les deux éléments centraux de tout récit. Toute histoire racontée ne peut que révéler un être qui

⁹ Ricoeur, *Temps et récit. II- La configuration dans le récit de fiction*, p. 58.

¹⁰ P. Ricoeur. (2003). *La mémoire, l'histoire, l'oubli*. Paris: Seuil, p. 311.

¹¹ F. Nietzsche. (1967). *The Will to Power*. New York: Vintage Books, p. 301.

¹² Ricoeur, *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*, p. 195.

¹³ P. Ricoeur. (2009a). *Parcours de la reconnaissance*. Paris: Gallimard, p. 164, 168.

¹⁴ Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, p. 32.

¹⁵ P. Ricoeur. (1997). *Temps et récit. II- La configuration dans le récit de fiction*. Paris: Seuil, p. 144.

¹⁶ Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, p. 174; P. Ricoeur. (1999). *Temps et récit. I- L'intrigue et le récit historique*. Paris: Seuil, p. 316.

¹⁷ Ricoeur, *Temps et récit. II- La configuration dans le récit de fiction*, p. 115.

agit et qui souffre, affirmait Ricoeur¹⁸. À travers les récits existentiels, nous mettons le doigt sur des dimensions profondes et fragiles de l'être humain¹⁹. Tout récit existentiel ne peut demeurer neutre puisqu'il est, selon l'expression de Ricoeur, le premier laboratoire que nous utilisons pour faire nos jugements moraux²⁰. Nous pourrions également ajouter, de manière kierkegaardienne, qu'il en est ainsi parce que l'être humain est un penseur subjectif et qu'ainsi la vérité elle-même, qui se trouve au cœur de tous les récits, est subjectivité. Cela est vrai autant de l'action et de la souffrance sur lesquels nous pouvons exercer notre jugement d'ordre moral.

Le discours moral corporatif comme récit portant sur l'éthique organisationnelle globale (explicite et implicite) ne peut pas évacuer toute souffrance de la surface de la Terre, ni même de tous les milieux organisationnels. La souffrance est existentiellement enracinée et est vécue à partir de préconceptions du bien et du mal, du vrai et du faux, du juste et de l'injuste. Afin de sauvegarder son caractère moral, tout discours corporatif doit traiter de la souffrance humaine, sous toutes ses formes. La souffrance ne fait pas partie que de l'existence, elle est aussi inscrite dans le Temps. Pour Ricoeur, la souffrance survient dans-le-temps. Nous interprétons nos souffrances à partir des repères temporels usuels: souffrances passées, souffrances vécues dans le présent, souffrances appréhendées dans un avenir plus ou moins proche. Tout récit corporatif au sujet de la souffrance vécue en milieu organisationnel s'inscrit dans-le-temps. L'acte de raconter arrive lui-même dans-le-temps. Pour Ricoeur, raconter exige du temps. Or, ce qui requiert du temps acquiert un sens pour la personne qui initiera ensuite le récit. Elle le fera ici et maintenant, mais en ayant les yeux tournés vers les événements passés tout autant que vers l'avenir que ces événements laissent entrevoir ou qu'ils préparent. À travers le temps, un événement est considéré comme quelque chose qui « ad-vient ». Ad-venir, c'est surgir dans notre existence sans que nous ne puissions connaître précisément l'origine de ce qui ad-vient, ni toutes les conséquences de son insertion historique, à court et à long terme. Ad-venir, c'est insérer un changement dans l'existence d'un individu. Ad-venir, c'est non seulement venir à l'existence (être poussé à exister), mais également atterrir dans « mon » existence. Ce qui ad-vient n'a donc rien d'abstrait. Tous les changements sont interprétés par l'individu en termes de leur sens (un sens à dé-couvrir, qu'il soit ou non intrinsèque à l'objet qu'il concerne), ou de leur non-sens intrinsèque (l'absurde chez Camus). L'être humain est toujours en quête d'un sens. Même la dénonciation camusienne de l'absurde comporte, en elle-même un sens, qui peut même guider toute une vie. La dénonciation camusienne de l'absurde n'est pas absurde. La révolte métaphysique contre l'absurde est ce qui anime toute la vie d'un être qui adhère pleinement à la philosophie de Camus²¹. Lorsque quelque chose ad-vient, c'est qu'il y a une insertion (et donc un changement dans l'ordre des choses) au cœur de l'histoire d'un individu. Ce faisant, l'individu partira en quête du sens de cette ad-venir qu'il peut constater, auquel il peut acquiescer, ou contre lequel il peut choisir de se révolter. Or, ce sens demeure en voie de gestation tant que ce qui doit ad-venir ne nous est pas encore « par-venu ».

¹⁸ P. Ricoeur. (1997a). *Temps et récit. III- Le temps raconté*. Paris: Seuil, p. 442.

¹⁹ F. Worms. (2013). 'Souffrant, agissant et vivant', in C. Martin et N. Zaccai-Reyners (eds.), *Souffrance et douleur. Autour de Paul Ricoeur*. Paris: Presses universitaires de France, p. 39.

²⁰ Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, p. 139, 167.

²¹ A. Camus. (1970). *Caligula*. Paris: Gallimard, p. 26, 50, 53, 62-63, 94; A. Camus. (1977). *Le mythe de Sisyphe*. Paris: Gallimard, p. 29, 37, 48-54, 60, 71-78, 124.

Selon Ricoeur, la temporalité est l'unité entre ce-qui-était, ce-qui-est-rendu-présent et ce-qui-est-à-venir²². Ricoeur référerait à la notion que Merleau-Ponty se faisait du temps, en tant qu'elle était influencée par *L'Être et le Temps* d'Heidegger: le temps comme sujet, et le sujet comme temps²³. Le passé est constitué à la fois d'un présent (celui que nous vivions alors que c'était notre présent) et d'un avenir (celui que nous avons alors en tête lorsque nous étions dans ce présent). Ce présent ou cet avenir qui est au centre du passé peut être soit suspendu (il nous influence encore, ici et maintenant, consciemment ou non), ou éteint (il n'existe plus qu'à l'état d'un souvenir n'exerçant aucune influence sur ce que nous sommes aujourd'hui). Le présent est un passé à-venir (le présent deviendra éventuellement un passé) et un futur qui vient de s'actualiser (quelque chose qui vient d'entrer dans la sphère du présent, alors qu'il était jusque-là un futur appréhendé dans un passé qui était alors notre présent). Toute dimension du temps, soulignait Merleau-Ponty, ne peut être définie sans référer aux autres dimensions²⁴. Nous pouvons seulement raconter ce qui est arrivé, ce qui se passe présentement et ce que nous prévoyons qui arrivera, puisque l'acte de raconter survient dans-le-temps²⁵. Comme Heidegger, Ricoeur était convaincu que le temps est la question philosophique la plus importante pour le *Dasein*²⁶. Tout récit survient dans-le-temps. Le discours moral corporatif en tant que récit au sujet de l'éthique organisationnelle globale (explicite et implicite) évolue tout au long de l'histoire de l'organisation. Il doit traiter des différents modes de souffrance humaine, tels qu'ils sont actualisés en milieu organisationnel. Selon Ricoeur, la souffrance suppose que nos capacités de raconter sont réduites, voire annihilées²⁷. Si les membres organisationnels ne peuvent lire/re-lire, ou écrire/ré-écrire la vie organisationnelle en tant qu'ensemble de quasi-textes (actions), dès lors ils sont aliénés de qui-ils-sont. Cela est particulièrement vrai des rapports de responsabilité sociale ou de développement durable, puisque de tels documents éthiquement orientés pourraient changer radicalement la manière dont les entreprises évoluent et comment les membres organisationnels ont des relations avec les autres parties prenantes. Ce ne sera évidemment pas le cas lorsque les rapports en question seront, comme disait Igalens (2007), des récits de légitimation, c'est-à-dire des récits dont le but (inavoué) est de justifier les activités corporatives et leurs multiples conséquences, à la fois économiques, sociales et environnementales, à court et à long terme²⁸.

Recherche du bonheur et de la santé (Abbott)

L'entreprise Abbott reconnaît croire dans la dignité de tout être humain et respecter les droits reconnus dans la *Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948* (Nations Unies). Il

²² Ricoeur, *Temps et récit. III- Le temps raconté*, p. 127-129; P. Ricoeur. (2009). *Le conflit des interprétations. Essais d'herméneutique*. Paris: Seuil, p. 375.

²³ P. Ricoeur. (1992). *Lectures 2. La contrée des philosophes*. Paris: Seuil, p. 171.

²⁴ M. Merleau-Ponty. (2013). *Phénoménologie de la perception*. Paris: Gallimard, p. 484.

²⁵ P. Ricoeur. (1998). *Du texte à l'action. Essais d'herméneutique II*. Paris: Seuil, p. 14.

²⁶ E. Hamilton. (2006). 'Narratives of enterprise as epic tragedy', *Management Decision*, 44(4): 536-550.

²⁷ P. Ricoeur. (2013b). 'La souffrance n'est pas la douleur', in C. Martin et N. Zaccai-Reyners (eds.), *Souffrance et douleur. Autour de Paul Ricoeur*. Paris: Presses universitaires de France, p. 13-33.

²⁸ J. Igalens. (2007). 'L'analyse du discours de la responsabilité sociale de l'entreprise à travers les rapports annuels de développement durable d'entreprises françaises du CAC-40', *Finance Contrôle Stratégie*, 10(2): 129-155.

s'agit là d'une affirmation importante, compte tenu qu'Abbott déclare avoir reflété ces principes à l'intérieur de sa mission corporative et dans ses valeurs organisationnelles (p. 53 du rapport de citoyenneté corporative) – ces deux textes n'étant reproduits ni dans le rapport de citoyenneté corporative, ni dans le code d'éthique d'Abbott. Dans son rapport de citoyenneté corporative, Abbott commence par une affirmation traitant de l'accomplissement du potentiel de chaque personne: « *Abbott fulfills its potential as a company by helping others to fulfill theirs* ». Comment cela s'opérationnalise-t-il? Abbott croit pouvoir y parvenir par trois moyens: respecter ses promesses, chercher à améliorer la santé humaine et le bonheur des gens à travers toutes les activités et décisions de l'entreprise, et finalement considérer chaque défi avec un immense respect et une sensibilité au monde et aux personnes (p. 2 du rapport). Il est tout à fait prévisible qu'une entreprise pharmaceutique comme Abbott puisse être axée sur la santé des personnes. Cependant, dès le début du rapport, nous pouvons aisément décoder le caractère polysémique du terme « santé » lorsqu'il est utilisé dans le rapport de citoyenneté corporative d'Abbott. Premier sens: la santé des personnes. L'entreprise prétend que bien des gens dans le monde « dépendent », à chaque jour, des produits Abbott pour vivre en santé (p. 7 du rapport). Devons-nous comprendre que les compétiteurs ne pourraient subvenir aux besoins de ces gens, si Abbott faisait faillite demain matin? Peut-être est-ce vrai pour certains médicaments. Mais est-ce que cela valait le coup d'y aller d'une affirmation auto-glorifiante? Dans le code d'éthique d'Abbott, la santé des personnes inclut celle des employés de l'entreprise, partout dans le monde (p. 23 du code d'éthique). Deuxième sens: la santé de la société. La compagnie Abbott dit croire que l'innovation, la responsabilité et la durabilité, lorsqu'elles orientent la manière de faire des affaires, jouent un rôle important dans la construction d'une « société en santé ». C'est pourquoi d'ailleurs Abbott accentue le bien-être économique, environnemental et social à travers toutes ses opérations (p. 7 du rapport). Troisième sens: une économie en santé. Le rapport affirme qu'une économie saine contribue à une communauté saine. L'opportunité est dite « contagieuse » (p. 7 du rapport). En plaçant la santé des personnes aux côtés de la santé de la société et de celle de l'économie, l'entreprise Abbott montre son intention d'accentuer non seulement la santé des individus indifférenciés (la personne humaine générique, en tant que quasi-personnage), mais également celle de la société et de l'économie en tant que « pseudo-personnages », puisque dans ces deux cas, tout usage du terme « personnage » ne peut qu'être métaphorique.

Le caractère polysémique du terme « santé », tel que développé dans le rapport de citoyenneté corporative d'Abbott, complique les choses lorsque vient le temps de considérer la contribution de cette entreprise à l'amélioration de la santé, étant donné l'absence des vertus de prudence, de courage et de justice. De quelle santé parlons-nous? Une santé a-t-elle priorité sur les autres? La santé de l'économie avant celle de la société? La santé de la société avant celle de ses citoyens? Ou bien les trois notions de santé sont-elles si imbriquées l'une à l'autre qu'il est impossible de parler de l'une sans traiter des deux autres, et par voie de conséquence, impossible d'identifier un sens donné à chacune de ces trois notions de la santé? L'entreprise Abbott a beau dire qu'une bonne santé n'est pas uniquement une bonne nouvelle pour les personnes, mais autant pour l'économie et pour l'environnement (p. 14 du rapport), il demeure que ce que les lecteurs peuvent avoir tendance à retenir, c'est l'importance accordée aux effets obliques (plutôt que directs) d'une bonne santé individuelle. Cette impression peut être renforcée par la lecture du code

d'éthique d'Abbott: « Nous avons chaque jour l'occasion d'améliorer la vie des gens et de créer des sociétés plus saines par notre travail » (p. 10 du code d'éthique). Le code d'éthique d'Abbott élève le discours sur la santé à un tel niveau qu'il lie la création de produits novateurs à l'avènement d'un « futur plus sain » (p. 15 du code d'éthique). Comment cet avenir « plus sain » peut-il être actualisé? Le code d'éthique d'Abbott réfère à l'accomplissement du potentiel individuel comme la base fondamentale d'un avenir plus sain: « Une bonne santé est essentielle à nos clients pour optimiser pleinement leur potentiel. Nous soutenons les patients et les consommateurs dans leur quête d'une meilleure santé tout au long de leur vie, en leur fournissant des produits innovants conçus pour aider les gens à vivre des vies les plus saines et les plus actives possibles » (p. 16 du code d'éthique).

Le rapport de responsabilité sociale d'Abbott apparaît être un pseudo-récit. Le code d'éthique de l'entreprise ne permet pas de contredire ce constat. Au seul plan de l'acte de raconter la vie organisationnelle, le rapport de responsabilité sociale d'Abbott révèle l'absence d'intrigue qui permettrait de mettre différents événements corporatifs en interrelation de manière à orienter le lecteur intéressé à trouver le sens même du texte qui lui est proposé.

3. LA PRÉ-COMPRÉHENSION DE LA VIE ORGANISATIONNELLE ET LA RE-PRÉSENTATION DE LA CONSCIENCE MORALE

D'après Ricoeur, les événements font avancer une histoire que nous avons commencé à raconter. Ils contribuent à l'intrigue et ont pour effet d'unifier les motivations et les thèmes abordés, du moins dans la mesure où l'être qui raconte est capable de créer une telle unité dans la diversité²⁹. Selon D'Almeida, Ricoeur met l'accent sur la capacité qu'ont les récits d'effectuer une totalisation, tant logique que chronologique. Le processus qui donne naissance au récit est structuré par la mise en place d'une intrigue, c'est-à-dire par la tentative (par l'être-qui-raconte-sa-vie) d'imiter le monde de l'action, le monde des décisions³⁰. Tout récit implique une structure logique et un cadre de référence temporel: le récit comporte un début (le point d'origine), un milieu (le développement) et une fin (le point d'orgue)³¹. Pour Ricoeur, une intrigue prend place dans toute tradition narrative. L'intrigue emprunte à la fois aux traditions bien établies (le passé) et aux nouvelles circonstances du moment (le présent). Il ne faut absolutiser ni la tradition (et tomber ainsi dans le conformisme social ou politique qui nous empêche d'assumer le défi du présent (sauvegarder les traditions à tout prix), ni la nouveauté (et se laisser déraciner de notre passé: promouvoir l'innovation à tout prix)³². Une intrigue ne peut qu'être intrinsèquement liée à une tradition narrative, et par voie de conséquence, à la dialectique entre le conformisme et l'innovation. Le discours moral corporatif est la voie privilégiée pour imiter le monde des décisions et des

²⁹ Ricoeur, *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*, p. 16, 18; Ricoeur, *Temps et récit. I- L'intrigue et le récit historique*, p. 291.

³⁰ N. D'Almeida. (2006). 'La perspective narratologique en organisations', in *Responsabilité sociale: vers une nouvelle communication des entreprises?*, in P. de la Broise et T. Lamarche (eds.), Paris: Presses universitaires du Septentrion, p. 27-38.

³¹ L. Preuss and D. Dawson. (2009). 'On the quality and Legitimacy of Green Narratives in Business: A Framework for Evaluation', *Journal of Business Ethics*, 84: 135-149.

³² Ricoeur, *Lectures 2. La contrée des philosophes*, p. 442.

actions corporatives, celles qui viennent du passé autant que celles qui surviennent dans le présent.

Les faits de l'histoire d'une organisation peuvent toujours être re-lus et ré-écrits. L'histoire d'une organisation représente une série d'interprétations d'événements et de phénomènes survenus dans le passé. À travers l'appropriation de la vie organisationnelle que s'en font les membres de l'organisation, l'interprétation en vient à signifier ce qui nous permet, disait Ricoeur, de rendre plus près de moi (mien) ce qui était jusque-là distant de moi (étranger), peu importe si la distance en question a été provoquée par des facteurs temporels, spatiaux, culturels, ou religieux/spirituels³³. À travers le processus d'appropriation, le lecteur fait quelque chose « sien », alors que cela lui était, jusque-là, totalement étranger, suggérait Valdès³⁴. Nous ne pouvons comprendre un phénomène donné qu'à travers l'interprétation que nous lui donnons, affirmait Ricoeur³⁵, parce que l'objet (le phénomène observé) ne peut être totalement appréhendé, compris globalement par le sujet. Tout ce que le sujet a à sa portée, c'est sa subjectivité. Et c'est avec elle qu'il construit ses interprétations du réel. Comprendre l'histoire d'une organisation implique d'interpréter ce qui semblent être des faits corporatifs historiquement situés. Les interprètes de l'histoire corporative doivent ainsi re-lire les événements et phénomènes rencontrés dans le passé par l'organisation. Ils peuvent même faire des liens entre de tels événements/phénomènes et les documents éthiquement orientés, comme l'énoncé de valeurs organisationnelles et le code d'éthique.

Tout événement peut donner lieu à des récits. Les re-présentations d'événements passés sont de nouvelles manières de les interpréter. Tout re-présentation est une interprétation. La re-présentation est une interprétation plutôt qu'un récit portant sur des événements passés. Re-présentation et interprétation ne sont pas synonymes. La fonction narrative constitue l'une des différentes fonctions remplies par les re-présentations. Elle n'est toutefois pas le mot final sur les processus d'explication et de compréhension, précisait Ricoeur³⁶. Les re-présentations organisationnelles d'événements et de phénomènes corporatifs sont des ré-interprétations. Dès qu'ils surgissent dans l'existence, les événements et phénomènes corporatifs peuvent donner lieu à différentes interprétations. Cependant, quand ils sont re-présentés, ils acquièrent, du coup, une triple structure: l'insertion d'une nouveauté (re-), l'influence des perceptions antérieures (pré-) et l'omniprésence des sensations ou impressions lorsque nous sommes placés en face de l'objet (sentations). Re-présenter, c'est ainsi insérer du nouveau dans un objet, à partir des perceptions antérieures que nous en avons eues (passé) ainsi que des sensations ou impressions qu'ils nous laissent, ici et maintenant (présent). Du nouveau est inséré: une nouveauté qui tend vers l'avenir, car c'est dans l'avenir que cette nouveauté sera actualisée. Des perceptions antérieures continuent d'influencer notre manière de voir l'objet en question: le passé nous influence encore, parfois de manière diffuse et inconsciente. Nos sensations ou impressions ressenties ici et maintenant lorsque nous faisons face à cet objet déterminent également ce que nous sommes

³³ P. Ricoeur. (2010). *Écrits et conférences 2. Herméneutique*. Paris: Seuil, p. 115; Ricoeur, *Le conflit des interprétations*, p. 8.

³⁴ M. J. Valdès. (1991). 'Introduction : Paul Ricoeur's Post-Structuralist Hermeneutics', *A Ricoeur Reader. Reflection and Imagination*. Toronto: University of Toronto Press, p. 8.

³⁵ Ricoeur, *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*, p. 57, 60, 172.

³⁶ Ricoeur, *La mémoire, l'histoire, l'oubli*, p. 303, 306-307.

capables d'en dire: le présent est aussi déterminant dans le processus de re-présentation. L'acte de re-présenter fait donc intervenir à la fois le passé, le présent et l'avenir.

Le discours moral corporatif est nécessairement imprégné d'intentions. Les intentions peuvent affecter des textes, actuels ou à venir. Selon Ricoeur, avoir une intention signifie: (1) entreprendre intentionnellement une action donnée (dans le présent), (2) avoir l'intention de faire quelque chose (l'action est orientée vers le futur), (3) agir avec une intention donnée, qui a été préalablement acquise et consciemment identifiée (action centrée sur le passé). Agir avec une intention donnée suggère d'expliquer une action à travers les motivations des acteurs, qui sont capables, rétrospectivement, de rationaliser leur action. Expliquer nos motivations, c'est dé-voiler, de nous, la part du moi qui est à l'origine de l'action. C'est dé-voiler qui est l'acteur³⁷. En tant que recherche méthodique d'un sens objectif, l'explication est fondée sur une pré-compréhension, ce qui suppose un moment pré-critique³⁸. Nous ne pouvons comprendre un texte si nous faisons abstraction de la pré-compréhension du texte lui-même et de la manière dont l'acteur est parvenu à transcender ce niveau pré-critique de la réflexion³⁹. Notre pré-compréhension de phénomènes donnés constitue la question originelle que nous nous posons, quand nous tentons d'expliquer ces phénomènes. Comme disait Darwish, la pré-compréhension a besoin d'une relation étroite avec le monde de l'action (donc des quasi-textes) et avec la tradition narrative⁴⁰. Les différentes composantes du discours moral corporatif peuvent porter l'accent sur l'explication. C'est particulièrement vrai de la mission corporative (centrée sur le passé) et de la vision corporative (focusée sur l'avenir).

L'énoncé de valeurs organisationnelles se préoccupe davantage de la compréhension que de l'explication. La compréhension dé-voile la capacité de prendre du recul par rapport à la structuration du texte, alors que l'explication montre les différents codes de signification qui sont derrière une telle structuration. L'énoncé de valeurs organisationnelles est ainsi appelé à dé-voiler la cohérence axiologique (au plan des valeurs) et la consistance éthique (les normes de comportement éthique en tant qu'elles sont imprégnées des valeurs organisationnelles et qu'elles sont appliquées avec consistance dans différents pays du monde) entre les documents éthiquement orientés. À la suite de Heidegger, Ricoeur identifie l'interprétation comme étant le développement de la compréhension⁴¹. L'interprétation est la dialectique entre la compréhension et l'explication, quant au sens qui émane du texte lui-même⁴². L'explication est requise pour parvenir à la compréhension. La compréhension est requise

³⁷ Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, p. 87.

³⁸ Ricoeur, *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*, p. 26, 31; Ricoeur, *Écrits et conférences 2. Herméneutique*, p. 177.

³⁹ Ricoeur, *Écrits et conférences 2. Herméneutique*, p. 132.

⁴⁰ H. Darwish. (2011). *Paul Ricoeur et la problématique de la méthode dans l'herméneutique. Interpréter, comprendre et expliquer dans les théories du symbole, de la métaphore et du récit*. Paris: L'Harmattan, p. 189.

⁴¹ Martin Heidegger, *Being and Time*, New York, Harper and Row Publishers, 1962, p. 188 (sec. 32); Ricoeur, *Écrits et conférences 2. Herméneutique*, p. 127.

⁴² P. Ricoeur. (1972). 'La métaphore et le problème central de l'herméneutique'. *Revue philosophique de Louvain*, 70(5): 93-112; Ricoeur, *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*, p. 37-38, 199-200, 222, 236; Ricoeur, *Le conflit des interprétations. Essais d'herméneutique*, p. 381; Ricoeur, *Écrits et conférences 2. Herméneutique*, p. 30.

pour pouvoir énoncer quelque explication⁴³. L'explication, suggérait Ricoeur, approfondit le sens objectif du texte, alors que la compréhension est fondamentalement liée à l'appropriation existentielle du texte par les lecteurs⁴⁴. Le sens du texte est toujours en train de se re-construire, tout au long du processus d'appropriation du texte par les lecteurs. Toute appropriation du texte est une interprétation de son contenu et de son sens. Pour Ricoeur, l'herméneutique implique d'ouvrir la voie à différentes interprétations d'un texte donné. Ce faisant, elle fait du texte une parole vivante, pour ici-et-maintenant. Cependant, aucun texte ne peut donner lieu à toutes les interprétations possibles, prévenait Ricoeur. L'herméneutique contribue à ce que le texte produise autant de sens qu'il est possible d'en créer, étant donné le contenu du texte lui-même⁴⁵. Selon Darwish, Ricoeur essayait d'éviter les pièges du relativisme absolu⁴⁶. Nous ne pouvons comprendre aucune portion du discours moral corporatif sans nous référer à la distanciation entre les valeurs, vertus, croyances, principes et systèmes de sens personnels. Nous ne pouvons évaluer une telle distanciation sans une pré-compréhension de toutes les composantes de ce discours moral corporatif.

D'après Worms, Ricoeur utilisait la dialectique entre réel et non-réel: le récit raconte le non-réel (comme ce qui est possible ou utopique, en tant que cela est saisi par l'imagination) 'comme si' le non-réel faisait partie intégrante du passé réel (supposément saisi par la mémoire)⁴⁷. Toute fiction narrative réfère, selon Ricoeur, à un passé qui fait partie intégrante du récit (un 'quasi-passé'). Il s'agit d'un 'passé-comme-si', c'est-à-dire un passé fictif qui se présente lui-même comme s'il était le passé réel (présupposément saisi par la mémoire). Mais le passé de la narration ne peut jamais être l'équivalent du passé réel qui, lui, demeure inatteignable. La seule chose que peut faire l'être humain face à son passé, c'est de le re-constituer et de l'interpréter. Mais il ne peut jamais le rendre tel qu'il était alors que ce passé était son présent, puisqu'il n'a pas la capacité voulue pour représenter tout le réel qui constituait ce présent, maintenant devenu un passé qui est laissé aux mains de son imagination. Le passé de la narration est le quasi-passé de la voix narrative, disait Ricoeur⁴⁸. Tout récit introduit une expérience fictive du temps: une nouvelle conscience temporelle naît du fait que les lecteurs décodent le monde qui est proposé par le texte (le 'monde du texte')⁴⁹. En tant que récit portant sur l'éthique organisationnelle globale (explicite et implicite), le discours moral corporatif réfère aux événements et phénomènes quasi-passés. Il use de la mémoire afin de re-constituer les éléments constitutifs des événements et phénomènes corporatifs (le souvenir comme acte de 're-membrer'). Le discours moral corporatif fait aussi usage de l'imagination car il implique de fournir de nouveaux cheminements permettant de ré-interpréter les événements et phénomènes corporatifs. Les cheminements traditionnels de compréhension, d'interprétation et d'expression langagière sont ainsi re-nouvelés. L'*impetus* d'un tel renouvellement est le monde du texte, c'est-à-dire

⁴³ Ricoeur, *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*, p. 185; Ricoeur, *Lectures 2. La contrée des philosophes*, p. 443 ; Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, p. 184-187.

⁴⁴ Ricoeur, *Le conflit des interprétations. Essais d'herméneutique*, p. 389-390.

⁴⁵ Ricoeur, *Lectures 2. La contrée des philosophes*, p. 492.

⁴⁶ Darwish, *Paul Ricoeur et la problématique de la méthode dans l'herméneutique*, p. 146-147.

⁴⁷ F. Worms. (2013a). 'Vie, mort et survie dans et après *La Mémoire, l'Histoire, l'Oubli*', in F. Dosse et C. Goldenstein (eds.), *Paul Ricoeur: penser la mémoire*. Paris: Seuil, p. 139.

⁴⁸ Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, p. 192.

⁴⁹ Ricoeur, *Temps et récit. II- La configuration dans le récit de fiction*, p. 189.

le monde proposé par le texte, le monde dont le texte (ou l'auteur du texte, si tant est qu'il révèle explicitement cette intention) rêve qu'il devienne réalité. Face à ce monde du texte, le lecteur est, suggérait Ricoeur, poussé à approfondir la compréhension qu'il a de lui-même⁵⁰. Si le monde du texte l'interpelle, le lecteur peut tenter de l'intégrer en lui. Lorsqu'il intègre en lui le monde proposé par le texte, il le transforme quelque peu en l'adaptant à ce qu'il est lui-même, à ses besoins et désirs, mais aussi à ses peurs et angoisses. Ce faisant, il le fait véritablement sien. Du coup, le monde du texte devient le rêve d'un monde à habiter, celui qui gît, après un tel processus d'intégration, au centre même de l'existence de ce lecteur et qui devient une source fondamentale de sens pour sa propre vie.

Selon Ricoeur, tout récit a une triple structure temporelle: (1) l'énonciation et le temps où l'on raconte l'histoire, (2) les phrases elle-mêmes et le temps qui est raconté, (3) le monde du temps et l'expérience fictive du temps⁵¹. À une période de l'histoire d'une organisation (temps x), une éthique organisationnelle implicite a été mise en place et a révélé les principales valeurs, vertus, croyances, principes, ou normes de comportement organisationnelles. L'énonciation originelle a été ensuite traduite dans des phrases insérées dans un code d'éthique et dans des politiques organisationnelles (temps y). En tant que lecteurs/rédacteurs de la vie organisationnelle, les membres de l'organisation ont déchiffré le monde du temps qui est implicitement ou explicitement développé dans ces documents corporatifs éthiquement orientés (temps z). L'imagination est liée à ce qui est non-réel, c'est-à-dire possible ou utopique. Le lien avec la réalité est ainsi reporté à plus tard. Le non-réel, c'est ce qui est absent du réel, ce qui ne s'y trouve pas encore, ce qui est à ad-venir, ce qui est porteur d'un monde rêvé. Lire un roman implique de suspendre ma connection au réel tel qu'il est, et ainsi de suspendre mes passions et mes jugements de valeur. Le monde du texte est, en soi, non-réel. Il n'appartient pas au réel. Selon Darwish, il s'opère une suspension relative: la mise en place d'une intrigue exige d'imiter les actions dont les lecteurs ont déjà une pré-compréhension⁵². Ricoeur définissait l'imagination comme *epochè*, c'est-à-dire comme une suspension de toute référence directe de la pensée aux objets de la vie de tous les jours⁵³. Ricoeur prétendait qu'il y a une solidarité entre l'*epochè* et la capacité de pro-jeter de nouvelles possibilités-d'être. L'acte de lire est à la fois la suspension de la réflexion critique (le cours de l'action est stoppé) et l'opportunité de comparer le monde du texte et la vision du monde qu'ont les lecteurs du texte en question. Une telle comparaison ne peut que relancer les lecteurs dans l'action, si tant est que le monde du texte leur permet de revoir autrement le réel et que les lecteurs se sentent attirés par une telle vision du monde révélée dans le texte⁵⁴. Lire ouvre l'esprit à d'autres manières d'habiter le monde. La vision du monde qu'avaient jusque-là les lecteurs du texte peut être ébranlée par le monde du texte qu'ils viennent de découvrir.

⁵⁰ Ricoeur, *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*, p. 187.

⁵¹ Ricoeur, *Temps et récit. II- La configuration dans le récit de fiction*, p. 139, 142-143.

⁵² Darwish, *Paul Ricoeur et la problématique de la méthode dans l'herméneutique*, p. 201.

⁵³ P. Ricoeur. (1978). 'The Metaphorical Process as Cognition, Imagination, and Feeling', *Critical Inquiry*, 5(1): 153-154, 157.

⁵⁴ Ricoeur, *Temps et récit. III- Le temps raconté*, p. 327-328.

La conscience morale et le développement d'un vivre-ensemble (Abbott)

Dans son rapport de citoyenneté corporative, l'entreprise Abbott dit rechercher des opportunités d'investissement communautaire « catalytiques ». Il s'agit de faire se rencontrer deux objectifs: d'une part, le développement de partenariats avec les parties prenantes, et d'autre part l'investissement dans des activités stratégiques qui s'alignent avec leur créneau d'affaires (p. 9 du rapport). Développer des partenariats avec les parties prenantes dans la mesure où cela permet à l'entreprise d'augmenter sa croissance. Les parties prenantes les plus importantes incluent ici les employés, les fournisseurs, les professionnels de la santé, les clients et les consommateurs (p. 40 du rapport). L'entreprise Abbott ne s'en cache pas: elle fait de la philanthropie stratégique. Puisque l'acte philanthropique est, par définition, un acte gratuit (qui n'attend aucun retour d'ascenseur), il vaudrait mieux parler de dons stratégiques ou de contributions sociales stratégiques. Sinon, la notion de gratuité inhérente à la philanthropie est évacuée, et c'est la notion même de philanthropie qui devient carrément déformée. Nous avons une idée plus précise de la manière dont Abbott interprète le développement de partenariats avec les parties prenantes lorsque nous voyons comment l'entreprise définit sa participation au dialogue sur la santé publique qui se passe dans les marchés globalisés. Le rapport de citoyenneté corporative d'Abbott insiste sur deux éléments fondamentaux: d'une part, l'écoute des parties prenantes, et d'autre part la réponse que donne Abbott aux préoccupations et idées énoncées par les parties prenantes. Ces deux éléments sont définis comme jouant un rôle décisif dans le succès financier d'Abbott tout autant que dans l'expression de sa citoyenneté corporative sur les marchés globalisés. Une précision importante est ajoutée: les préoccupations et idées exprimées par les parties prenantes aident Abbott à développer de nouveaux produits qui rencontrent des besoins criants en matière de santé publique, à éduquer les patients et professionnels de la santé au sujet des maladies en émergence et des différentes options de traitement qui peuvent être offertes (p. 10 du rapport). L'écoute et la réponse données aux parties prenantes permettent ainsi à la fois de contribuer à la croissance de l'organisation et d'imposer un processus d'amélioration continue qui vise une meilleure santé publique. D'où l'idée de maintenir et de renforcer une culture organisationnelle centrée sur l'amélioration continue et le focus sur les consommateurs (p. 16 du rapport).

L'entreprise Abbott cerne sa notion de conscience morale corporative en affirmant ce qui suit: « *We strive to do the right thing, in the right way, in every aspect of our daily activities* » (p. 61 du rapport). Quelles sont les balises ou paramètres d'une action considérée comme étant « bonne »? C'est le flou total. Accomplir une bonne action ne semble pas pouvoir se faire d'une seule manière. Au contraire, l'entreprise Abbott présuppose qu'il y a des manières plus ou moins appropriées d'accomplir une bonne action. Nous nageons dans des nuages encore plus opaques. Aussi, était-il prévisible que l'entreprise Abbott use de termes très généraux pour parler de son éthique organisationnelle: « *we are committed to high ethical standards* » (p. 61 du rapport). Son rapport de citoyenneté corporative parle même de la conduite éthique et de la conduite honnête, sans fournir aucun moyen de les distinguer l'une de l'autre (p. 62 du rapport). Il en est de même du code d'éthique de l'entreprise (p. 29 du code). Ce caractère éminemment vague des normes d'éthique est aussi reflété dans le code d'éthique d'Abbott: « Le message fondamental du Code est simple: il incombe à chacun de nous, en tant qu'employés d'Abbott, de développer notre entreprise et notre image de marque en nous conformant aux normes d'éthique les plus élevées et en

travaillant avec honnêteté, équité et intégrité » (p. 6 du code d'éthique). Dans son code d'éthique, Abbott s'adresse à ses employés en leur disant ceci: « Vous devez être conscient de l'impact global de nos actions et de nos prises de décision » (p. 8 du code d'éthique). Un énoncé étonnant, considérant que les employés ne sont pas toujours ceux qui prendront des décisions ayant un impact global. À la lecture de cet énoncé, nous avons l'impression que les employés doivent développer une conscience morale plus vaste que les décideurs eux-mêmes (principalement, la direction de l'organisation et les membres du conseil d'administration). Ce n'est certainement pas là la visée originelle d'Abbott. Mais le texte, tel qu'il est écrit, nous pousse, de par lui-même, vers une interprétation aussi alambiquée.

Abbott aurait avantage à revoir sa conception de la conscience morale. L'approfondissement de cette notion pourrait amener l'entreprise à faire des distinctions importantes en ce qui a trait à divers niveaux de conscience morale. Abbott aurait également avantage à relire son rapport de citoyenneté corporative et son code d'éthique afin de mieux déchiffrer ce qui est au cœur de ses engagements corporatifs d'ordre communautaire. Même sa dénonciation de la corruption est plaquée dans le code d'éthique d'Abbott, comme si c'était une obligation d'en parler, plutôt que d'être une réelle préoccupation de l'entreprise. Pourtant, la corruption n'est-elle pas l'un des moyens privilégiés de déshumaniser les rapports interpersonnels en faisant du corrompu (qui est une personne à part entière) un simple objet (moyen) aux mains du corrupteur (qui, en aliénant l'autre d'une part importante de sa subjectivité, opère la même déshumanisation en lui-même)?

Dans son rapport de citoyenneté corporative, l'entreprise Abbott fait état du fait qu'elle entretient des relations avec les forces policières locales et les organismes de régulation. Ce faisant, Abbott œuvre à « identifier et démanteler les entreprises criminelles qui sont impliquées dans la contrefaçon ou dans le vol » (p. 20 du rapport). Cette affirmation étonnante parce qu'imbriquée dans un rapport de citoyenneté corporative, constitue une dénonciation publique de la corruption morale qui affecte les marchés globalisés. Dans son code d'éthique, Abbott démontre son opposition à la fraude et à la corruption et affirme que la corruption « est partout illégale » (p. 36-37 du code d'éthique). Mais rien ne nous permet de saisir l'origine de la dénonciation, par Abbott, du phénomène de la corruption. Le rapport de citoyenneté corporative d'Abbott est si muet à cet égard que nous pourrions nous perdre en conjectures quant aux facteurs de conditionnement qui ont poussé l'entreprise à faire une telle dénonciation et quant aux intentions qui animaient les rédacteurs du rapport de même que ceux et celles (membres de la direction et administrateurs d'Abbott) qui l'ont approuvé. Bien que fort louable, la dénonciation de la corruption demeure superficielle et très succincte. Pourtant, l'entreprise aurait pu profiter de l'occasion pour relier cette dénonciation à la conscience morale que la direction de l'organisation tente d'insuffler aux membres organisationnels et/ou de partager avec ses parties prenantes.

Quant à la pré-compréhension de la vie organisationnelle et à la re-présentation de la conscience morale, le rapport de responsabilité sociale et le code d'éthique d'Abbott convergent vers le constat qu'ils sont, tous deux porteurs, d'un pseudo-récit. À l'instar de l'acte de raconter la vie organisationnelle, la manière dont la vie organisationnelle est pré-comprise et la conscience morale re-présentée ne permet pas de constater qu'il y a véritablement eu insertion d'une intrigue, de sorte que les événements corporatifs qui

peuvent y être évoqués ne sont pas imbriqués les uns aux autres de manière à créer du sens, un sens voué à être dé-couvert par les lecteurs.

4. LE RÊVE D'UN MONDE À HABITER

Selon Ricoeur, tout discours est fait par un soi dans-le-monde, le monde étant là où le soi vit⁵⁵. Le monde du texte est temporellement enraciné. Chaque texte a son propre temps. Le temps du texte et le temps de l'action ne coïncident pas nécessairement⁵⁶. En tant que monde fictif et horizon du texte, le monde du texte, disait Ricoeur, est proposé (pro-jeté) comme ce monde dans lequel les lecteurs pourraient vivre⁵⁷, c'est-à-dire comme un ensemble de possibilités-d'être parmi lesquelles les lecteurs sont libres de choisir celles qui leur conviennent. Faisant ce choix, les lecteurs en viennent ensuite à actualiser la possibilité-d'être qui a été librement choisie et ainsi à modifier leur rapport au soi et au monde. Le monde du texte (ou à tout le moins, l'une des possibilités-d'être qu'il contient) transformera, du coup, ce monde que le lecteur considérait jusque-là comme étant le sien. Son monde ne sera plus exactement le même. Son soi sera automatiquement modifié en conséquence. Le monde du texte peut transformer le soi, son monde, et le mode d'insertion du soi dans le monde tout autant que le mode d'insertion du monde dans le soi. Pour Ricoeur, l'objet de l'herméneutique est le monde qui est déployé devant-le-texte⁵⁸. L'herméneutique implique, selon Ricoeur, deux mouvements: re-construire la dynamique inhérente au texte lui-même (explication: interpréter les signes et sens culturels), et rendre possible, à toute œuvre littéraire, de projeter une représentation d'un monde que les lecteurs pourraient habiter (auto-compréhension)⁵⁹. D'après Jean Grondin, l'auto-compréhension est enracinée dans nos récits et dans les différentes manières dont nous nous approprions le monde du texte⁶⁰. L'auto-compréhension est médiatisée par l'interprétation de signes et de symboles, de mythes et de textes, disait Darwish⁶¹.

D'après Ricoeur, les lecteurs sont en position de s'appropriier le monde du texte, dès lors qu'ils sont devant-le-texte. Ce faisant, les lecteurs se distancient d'eux-mêmes, parce qu'ils laissent le texte être ce qu'il est⁶². Comprendre le texte signifie saisir le monde du texte. L'auto-compréhension par les lecteurs devant-le-texte implique que le texte soit ouvert au monde qu'il dé-voile⁶³. Le monde du texte est la référence du texte. Il permet aux lecteurs de mieux se comprendre eux-mêmes, étant donné qu'un monde du texte leur est proposé. Le monde du texte est ainsi, pour les lecteurs, un appel à mieux se connaître eux-mêmes tout autant qu'un appel à se dépasser eux-mêmes en choisissant librement d'actualiser l'une des possibilités-d'être contenues dans le monde du texte. Le monde du texte est une proposition

⁵⁵ Ricoeur, *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*, p. 157.

⁵⁶ Ricoeur, *Temps et récit. II- La configuration dans le récit de fiction*, p. 131.

⁵⁷ Ricoeur, *Temps et récit. II- La configuration dans le récit de fiction*, p. 15; Ricoeur, *Temps et récit. III- Le temps raconté*, p. 326; Ricoeur, *La métaphore vive*, p. 119.

⁵⁸ Ricoeur, *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*, p. 140-141, 187, 233.

⁵⁹ *Ibid.*, p. 37, 171.

⁶⁰ Jean Grondin. (2013). *Paul Ricoeur*. Paris: PUF, p. 104.

⁶¹ Darwish, *Paul Ricoeur et la problématique de la méthode dans l'herméneutique*, p. 49, 123.

⁶² P. Ricoeur. (1975). 'Phenomenology and Hermeneutics', *Noûs*, 9(1): 95.

⁶³ Ricoeur, *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*, p. 187.

faite aux lecteurs d'habiter un autre monde que le leur, une invitation à transformer leur monde en tenant compte de la proposition de monde que contient le texte lui-même, suggérait Ricoeur⁶⁴. Le monde du texte ne peut exister s'il n'y a pas de lecteurs qui sont capables de l'interpréter⁶⁵. Les lecteurs améliorent leur auto-compréhension à travers le monde du texte. L'interprétation d'un texte donné suppose de dé-voiler le monde du texte. Ricoeur reflétait la transcendance qui surgit du texte lui-même. En tant que monde dans lequel les lecteurs pourraient vivre, le monde du texte est une série de possibilités-d'être dans-le-monde-et-avec-les-autres: c'est ce que Ricoeur appelle la « transcendance dans l'immanence »⁶⁶. Le monde du texte libère les lecteurs de l'assujettissement au monde et à l'intention originelle de l'auteur. C'est la référence du discours, la « chose du texte », mentionnait Ricoeur⁶⁷. À travers l'acte d'écriture, le texte n'est plus assujéti à l'intention de l'auteur⁶⁸. Le monde temporel qui est proposé par le texte (la « chose du texte »⁶⁹) n'est pas derrière le texte, comme si c'était là une intention cachée, mais bien plutôt en face du texte lui-même. La chose du texte, c'est le monde du texte⁷⁰. Le texte dé-voile un certain monde au lecteur en tant qu'être-dans-le-monde. La chose du texte est le monde qui est déployé par le texte. Interpréter un texte, c'est déployer ainsi le monde du texte⁷¹. Le monde du texte impose une distanciation par rapport à la quotidienneté dans laquelle nous vivons⁷². La chose du texte renvoie les lecteurs à leur pro-jet d'être eux-mêmes, affirmait Ricoeur⁷³. En tant que membres d'une communauté qui reçoivent un texte donné, les lecteurs ont hérité du sens du texte qui vient, du coup, influencer à la fois leur mémoire (passé) et leurs attentes (futur)⁷⁴. Toute communauté est interprétée par le texte et interprète elle-même le texte⁷⁵. Dans le cas des documents corporatifs éthiquement orientés, le monde du texte renvoie les rédacteurs et

⁶⁴ Ricoeur, *Écrits et conférences 2. Herméneutique*, p. 44, 241, 253-254.

⁶⁵ Ricoeur, *Temps et récit. III- Le temps raconté*, p. 297.

⁶⁶ Ricoeur, *Temps et récit. II- La configuration dans le récit de fiction*, p. 190; Ricoeur, *Temps et récit. III- Le temps raconté*, p. 286.

⁶⁷ P. Ricoeur. (1977). 'Herméneutique de l'idée de Révélation', *La Révélation* (Paul Ricoeur, Emmanuel Lévinas, Edgar Haulotte, Étienne Cornélis, Claude Geffré). Bruxelles: Facultés universitaires Saint-Louis, p. 38-39.

⁶⁸ P. Ricoeur. (1971). 'Du conflit à la convergence des méthodes en exégèse biblique', *Exégèse et herméneutique* (Roland Barthes, Paul Beauchamp, Henri Bouillard et al.). Paris: Seuil, p. 48.

⁶⁹ Selon Paul Dau Van Hong, Ricoeur fut influencée par la chose du texte telle que définie par Gadamer ainsi que par la notion heideggerienne d'habiter. Mais contrairement à Gadamer et à Heidegger, Ricoeur utilisa le monde du texte dans le contexte de l'identité narrative : P. Dau Van Hong. (2012). *Paul Ricoeur, le monde et autrui*. Paris: L'Harmattan, p. 46, 75. Voir: Ricoeur, *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*, 115.

⁷⁰ Ricoeur, *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*, p. 140.

⁷¹ P. Ricoeur. (2007). *La métaphore vive*. Paris: Seuil, p. 278.

⁷² P. Ricoeur. (1975). 'Herméneutique philosophique et herméneutique biblique', in F. Bovon et G. Rouiller (eds.), *Exegesis. Problèmes de méthode et exercices de lectures (Genèse 22 et Luc 15)*. Paris: Delachaux & Niestlé Éditeurs, p. 222.

⁷³ Ricoeur, *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*, p. 408.

⁷⁴ P. Ricoeur. (2005). 'Herméneutique. Les finalités de l'exégèse biblique', in P. Ricoeur, R. Parmentier et H. Blocher (eds.), *Herméneutique de la Bible, Prédication de la Bible, Actualisation de la Bible*. Paris: L'Harmattan, p. 14-15.

⁷⁵ P. Ricoeur. (1971). 'Esquisse de conclusion', *Exégèse et herméneutique* (Roland Barthes, Paul Beauchamp, Henri Bouillard et al.). Paris: Seuil, p. 292.

lecteurs de la vie organisationnelle au défi de préciser leur pro-jet d'être, qui ils et elles veulent être.

Les documents corporatifs éthiquement orientés utilisent des mots pour déployer le monde du texte. Les mots sont des outils pour exprimer le monde du texte. Mais un mot (par exemple, le « bien-être ») qui est étroitement lié au monde du texte inhérent aux formes écrites (explicites) du discours moral corporatif (les divers documents corporatifs éthiquement orientés) révèle à la fois des significations traditionnelles et innovatrices. Sous sa forme écrite (explicite), le discours moral corporatif ne répète pas le passé comme si tout mot gardait toujours un certain sens, au fil du temps. Le mot ne comporte aucune substance permanente qui soit porteuse de quelque sens que ce soit. Il évolue constamment, et ce, à partir de son utilisation, dans de multiples contextes sociaux, économiques, politiques, culturels, ou religieux/spirituels. Ce qui est vrai du mot est vrai aussi du discours. Tant qu'il est enraciné dans les réalités organisationnelles du présent, le discours moral corporatif est en train de ré-inventer le passé, en substituant aux significations traditionnelles des significations innovatrices. Il n'y aurait aucun monde du texte sans des significations innovatrices qui sont pro-jetées sur des mots choisis pour faire partie intégrante du texte. Sous sa forme écrite (les documents corporatifs éthiquement orientés), le discours moral corporatif a son propre monde du texte. Sous sa forme non-écrite (les actions et décisions corporatives en tant que quasi-textes), le discours moral corporatif a son propre monde du quasi-texte. Dans les deux cas, une vision du monde se présente comme le monde dont rêve l'organisation, un monde rêvé qui transparaît tant dans les écrits que dans les actions et décisions corporatives. Le monde que je vois (le monde qui est « mon » monde) n'est pas encore le monde que je voudrais voir ad-venir (le « rêve d'un monde à habiter », ou monde rêvé). L'*impetus* du monde du texte/quasi-texte est de transformer le monde que je vois en un monde que je voudrais voir ad-venir. Le discours moral corporatif vise à développer le rêve d'un monde à habiter, à travers la médiation des différentes perceptions que les membres organisationnels (et particulièrement la direction de l'organisation et les membres du conseil d'administration) se font de la réalité en général et de la vie organisationnelle en particulier. Pour Darwish, l'auto-compréhension du lecteur est approfondie à travers la manière dont le lecteur s'approprie le monde du texte. L'auto-compréhension est médiatisée par l'appropriation du monde du texte⁷⁶. S'approprier signifie que le monde du texte/quasi-texte (en tant que rêve d'un monde à ad-venir) projette de nouvelles possibilités-d'être en milieu organisationnel.

Selon Reynhout, l'appropriation de sens à travers le monde du texte constitue une expansion de l'auto-compréhension des lecteurs⁷⁷. Les lecteurs approfondissent leur auto-compréhension à travers le monde du texte. S'approprier le discours moral corporatif est une manière, pour chaque membre organisationnel, d'améliorer la compréhension du soi et de son monde. Lire des textes, tels que les documents corporatifs éthiquement orientés, peut changer la façon dont les membres organisationnels lisent ou écrivent la vie organisationnelle, à travers leurs perceptions, valeurs, principes, ou actions. L'appropriation ouvrira la porte à une re-lecture et à une ré-écriture de la vie organisationnelle. Le sens et le

⁷⁶ Darwish, *Paul Ricoeur et la problématique de la méthode dans l'herméneutique*, p. 152.

⁷⁷ Reynhout, *Interdisciplinary Interpretation. Paul Ricoeur and the Hermeneutics of Theology and Science*, p. 47, 210.

soi sont simultanément constitués. Interpréter les textes et les quasi-textes et interpréter son propre soi sont deux actions qui sont interdépendantes. Je ne peux interpréter une action, en tant que quasi-texte, sans être porté moi-même à interpréter qui je suis⁷⁸. Pour Ricoeur, il y a une fusion entre les interprétations (celle du texte/quasi-texte et celle du soi)⁷⁹. Les membres organisationnels ne peuvent déchiffrer les nombreux sens dont peuvent être porteurs les documents corporatifs éthiquement orientés sans modifier la compréhension de ce qu'ils sont (leur soi) et du monde dans lequel ils vivent (leur monde perçu) tout autant que du monde dont ils rêvent (leur « rêve d'un monde à habiter »). Ils ne peuvent modifier l'interprétation qu'ils donnent à leur soi et à leur monde sans re-lire et ré-écrire (quasi-textuellement) la vie organisationnelle.

Même si certains de leurs aspects pourraient être répétés au fil du temps, les événements organisationnels (ou sociaux) demeurent toujours uniques. Chaque changement (personnel, organisationnel, social) survient dans une insertion historique donnée, qui constitue le « quasi-événement ». Chaque changement comporte sa « quasi-intrigue » et ses « quasi-personnages »⁸⁰. Tout changement arrive dans-le-temps et est la conséquence de relations causales. Il y a ainsi une primauté du temps sur le changement. Tout changement est assujéti au temps. L'inverse n'est pas vrai. Pour Ricoeur, chaque événement est simultanément à d'autres événements, ou survient dans le cadre d'une série d'événements inter-reliés, et est, par voie de conséquence, fondé sur quelque chose qui est immuable (la substance)⁸¹. Les relations causales ne peuvent exister sans substance. Il y a priorité de la substance sur la causalité, disait Ricoeur⁸². D'après Kant, la substance est permanente, alors que les différents modes dans lesquels la substance existe pourraient⁸³. L'unicité des événements passés signifie qu'ils ne peuvent réellement être comparés entre eux. Il ne peut y avoir aucun élément commun entre des événements passés. Même s'ils peuvent partager de grandes similarités, les événements passés (par exemple, Auschwitz et le Goulag) sont toujours uniques. Fondamentalement, ce sont des réalités différentes, suggérait Ricoeur⁸⁴. Les structures de pouvoir, les critères pour pratiquer la discrimination ainsi que les stratégies pour annihiler les communautés (pratiques de destruction physique/mentale) ne sont pas exactement les mêmes. Selon Ricoeur, deux faits historiques ne peuvent partager la même structure (par

⁷⁸ Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, p. 211.

⁷⁹ Ricoeur, *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*, p. 170-171.

⁸⁰ Ricoeur, *Temps et récit. I- L'intrigue et le récit historique*, p. 395, 403-404.

⁸¹ Ricoeur reconnaissait la dette qu'il avait envers Kant: "All appearances are in time ; and in it alone, as substratum (as permanent form of inner intuition), can either coexistence or succession be represented. Thus the time, in which all change of appearances has to be thought, remains and does not change" (p. 213: A182, B225) ; "Substances, in the field of appearance, are the substrata of all determinations of time (...) There is only one time in which all different times must be located, not as coexistent but as in succession to one another. Permanence is thus a necessary condition under which alone appearances are determinable as things or objects in a possible experience" (p. 217: A188 B232): Immanuel Kant. (1965). *Critique of Pure Reason*. New York: St. Martin's Press.

⁸² Ricoeur, *Parcours de la reconnaissance*, p. 74, 89, 106.

⁸³ "In all appearances, the permanent is the object itself, that is, substance as phenomenon ; everything, on the other hand, which changes or can change, belongs only to how in which substance or substances exist, and therefore to their determinations": Immanuel Kant. (1965). *Critique of Pure Reason*. New York: St. Martin's Press, p. 214 (A183 B227-A184 B228).

⁸⁴ Ricoeur, *La mémoire, l'histoire, l'oubli*, p. 433-434.

exemple, le totalitarisme). Un fait historique donné pourrait avoir une origine mimétique. Mais cela ne rend pas les faits moins immoraux ou moins injustes. Le jugement moral ne dépend pas des éléments communs qui sont partagés entre des faits historiques particuliers, affirmait Ricoeur⁸⁵. Agir implique d'assumer la responsabilité morale de nos actions. Les récits répondent à la question: Qui est le sujet moral de l'imputation⁸⁶?

En tant que récit portant sur l'éthique organisationnelle globale (explicite et implicite), le discours moral corporatif implique des événements, d'une part, une intrigue et des personnages (textes) et d'autre part, une quasi-intrigue et des quasi-personnages (actions en tant que quasi-textes). En tant qu'il est lié à l'histoire corporative, le discours moral corporatif exerce par rapport aux événements et phénomènes passés (spécifiques) de l'organisation les tâches suivantes: re-membrer (re-constituer le passé à travers la mémoire), re-cadrer notre état d'esprit (à partir du re-membrement qui vient de s'effectuer), ré-ordonner les diverses composantes des événements et des phénomènes en question (à partir du re-cadrage de notre état d'esprit) et ré-interpréter notre soi et notre monde (à partir de la ré-ordonnance des composantes événementielles et phénoménales). Les compétiteurs ne pourraient avoir rencontré des événements et phénomènes similaires, en dépit des éléments de ceux-ci que les compétiteurs peuvent avoir rencontré au cours de l'histoire de leurs organisations respectives. Le climat et la culture de l'organisation déterminent, en grande partie, comment de tels événements et phénomènes sont interprétés et ré-interprétés. Les membres organisationnels peuvent librement lire/re-lire et écrire/ré-écrire (quasi-textuellement) la vie organisationnelle. Les éléments communs qui relient diverses situations corporatives ne devraient jamais justifier le *status quo*. Ce qui est commun à un grand nombre d'entreprises (à cause de divers facteurs, dont le mimétisme interorganisationnel et institutionnel) n'est pas nécessairement éthique ou non-éthique. En milieu organisationnel, le discours moral corporatif doit rendre opérationnels les mécanismes et structures d'imputabilité et de responsabilité, au niveau personnel et corporatif. Des contraintes d'ordre social, culturel, économique, politique, idéologique et historique déterminent comment nos devoirs sont identifiés et décrits. Ils jouent un rôle majeur dans la manière dont les individus sont capables d'expliquer, d'interpréter et de comprendre les événements qui surviennent dans la vie de tous les jours, ou quelque texte qu'ils doivent appliquer (par exemple, les lois et règlements)⁸⁷. De telles contraintes reflètent notre volonté finie, et ainsi notre finitude existentielle⁸⁸. Les rapports de responsabilité sociale et de développement durable sont déterminés par des facteurs de conditionnement sociaux, culturels, économiques, politiques, historiques, et religieux/spirituels. Une telle influence multidimensionnelle fait des documents corporatifs éthiquement orientés le véritable *locus* de la responsabilité pour-autrui, en tant que mode d'être, de penser, d'agir, et de souffrir.

⁸⁵ Ricoeur, *La mémoire, l'histoire, l'oubli*, p. 435.

⁸⁶ Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, 32, p. 121.

⁸⁷ Ricoeur, *La mémoire, l'histoire, l'oubli*, p. 335.

⁸⁸ Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, p. 240, 243.

La nécessité d'être constant dans la projection du rêve d'un monde à habiter (Walt Disney)

Le rapport de citoyenneté corporative de Walt Disney fait état que les histoires créées par l'entreprise (son produit culturel fondamental) sont parsemées d'individus « inspirés pour imaginer un avenir plus radieux et ayant la volonté de concrétiser ce rêve » (p. 6 du rapport). Voilà un bel exemple de « rêve d'un monde à habiter ». L'avenir « plus radieux » sous-tend que l'entreprise Walt Disney croit que l'avenir qui est entrevu, jusqu'ici, par un grand nombre de citoyens n'est pas aussi radieux que nous pourrions l'espérer. La référence à un « avenir plus radieux » est extrinsèque, puisqu'elle concerne les produits culturels qui sont l'essence même du créneau occupé par l'entreprise Walt Disney. Mais tout de même, il s'agit d'imaginer un monde (« un avenir plus radieux »), et l'avènement de ce monde est aussi imaginée par la volonté de personnages issus des produits culturels en question, des personnages qui veulent concrétiser ce rêve, cet « avenir plus radieux ». L'avenir « plus radieux » n'est pas qu'imaginé par des personnages de fiction. Il ne peut être créé que parce que toutes et tous mettront la main à la pâte. L'entreprise Walt Disney espère constituer l'un des catalyseurs permettant aux gens de se joindre « pour créer un avenir plus radieux ». C'est pourquoi son rapport de citoyenneté corporative se termine ainsi : « Ensemble, nous pouvons créer un avenir meilleur dans lequel les plus belles histoires restent encore à raconter » (p. 99).

Deux grands axes d'engagements de citoyenneté corporative sont définis (p. 6). Ces deux axes permettent de mieux saisir en quoi notre avenir collectif pourrait devenir plus radieux qu'il n'est entrevu par la majorité des citoyennes et des citoyens. Walt Disney démontre là le rêve d'un monde à habiter, un rêve qui émane du texte lui-même.

L'entreprise Walt Disney insiste sur la responsabilité dans l'action. Les actions responsables sont liées aux activités et aux produits créés « de manière éthique »: la responsabilité semble ainsi au centre même de la notion d'éthique organisationnelle. Les actions responsables sont définies comme offrant « la plate-forme fiable à partir de laquelle nous pouvons inciter les enfants et les familles à construire un avenir meilleur » (p. 53 du rapport). Un avenir plus radieux est certainement assez semblable à un avenir meilleur, en dépit des différences que nous pourrions noter. Dans les deux cas, il s'agit d'une volonté de transformation du monde. En effet, construire un avenir meilleur ou plus radieux, c'est ne pas se satisfaire de l'avenir que porte l'ensemble des citoyens, avec plus ou moins de résignation et de frustration. Mais il y a quelque chose dans le caractère radieux (presque « irradiant ») qui ne se retrouve pas dans la transition qui mène vers le « meilleur ». Une perte de sens, mais pas assez substantielle pour que nous puissions en déduire que les actions responsables visent autre chose qu'un avenir « plus radieux ». Par contre, quand il est question de comportement éthique (p. 54-57), de contenu responsable (p. 58-66), de protection de l'environnement (p. 66-75), d'engagement civique (p. 76-77), d'environnements de travail respectueux (p. 78-81) ou de la chaîne d'approvisionnement responsable (p. 82-92), il est étonnant de constater que parler d'avenir ne soit plus de mise. Rien. Pas même une mention que dans les deux cas, cela pourrait contribuer à rendre le monde meilleur. Aussi, quand l'entreprise Walt Disney est fière, dans son code d'éthique, d'affirmer qu'elle s'est gagnée la réputation d'être une « entreprise éthique » (p. 2 du code d'éthique), doit-on voir là une autre tentative d'auto-glorification, puisque la reconnaissance d'être une entreprise « éthique » ne semble pas lui

provenir de l'extérieur (d'organismes indépendants), mais être plutôt assumée par elle-même, comme allant de soi, comme découlant de ses engagements corporatifs? En brandissant son rêve de construire (ou de collaborer à construire) un « avenir radieux », l'entreprise Walt Disney voit grand, très grand.

L'entreprise Walt Disney insiste, par ailleurs, sur la capacité d'inspirer les autres et de se rapprocher d'eux. Une telle capacité semble s'exprimer à travers les efforts consentis pour promouvoir le bonheur et le bien-être des enfants et des familles (p. 25, 44 du rapport). Parmi les multiples engagements de citoyenneté corporative visant à inspirer autrui, il est frappant de constater que la promotion d'un mode de vie plus sain est perçue comme pouvant créer un avenir plus radieux (p. 27). Ainsi, le rêve d'un monde à habiter (« un avenir plus radieux ») semble être étroitement lié à la promotion d'un mode de vie plus sain. Cependant, nous pouvons nous questionner sur la possibilité d'une auto-glorification excessive de l'entreprise elle-même et de sa mission sociale lorsqu'elle affirme que « par la simplicité et le divertissement, nous pouvons vous aider à faire des choix plus sains » (p. 27). La question de la pensée créative est abordée en liant l'avenir à la créativité. L'entreprise « s'engage à libérer le potentiel créatif existant en chacun d'entre nous ». Il est ajouté un lien direct avec l'avenir plus radieux: « Grâce à des divertissements et un engagement innovants, notre travail rapproche les enfants et les familles afin d'imaginer et de construire un avenir plus radieux » (p. 37). Par contre, d'autres engagements de citoyenneté corporative ne semblent pas être explicitement liés à l'idéal d'instaurer un « avenir plus radieux ». Il en est ainsi de la préservation de la nature (p. 40-43) et du renforcement des communautés (p. 44-50). L'entreprise Walt Disney aurait avantage à enraciner ses engagements communautaires dans une certaine conception du vivre-ensemble. Sinon, la volonté de vivre en communauté avec-les-autres perdra tout son sens. Cela se rapporte directement au monde que nous voudrions habiter (au « monde rêvé »). C'est ce monde pourtant que le rapport de citoyenneté corporative de Walt Disney nous amène à entrevoir et à construire, sous la gouverne d'un « avenir plus radieux ».

Le rapport de responsabilité sociale de Walt Disney apparaît être un pseudo-récit. Le code d'éthique de l'entreprise ne fait que confirmer ce constat. Le rêve d'un monde à habiter est certainement au cœur du rapport de responsabilité sociale de Walt Disney. Mais cela n'en fait pas automatiquement un récit. Même s'il est caractérisé par son insertion dans-le-temps, par l'interaction entre l'ici-et-maintenant et l'avenir qui est rêvé, entre le monde actuel et le monde à ad-venir, l'histoire qui est racontée à travers le rapport de responsabilité sociale de Walt Disney demeure sans intrigue. D'aucune manière, le rapport permet de créer une interaction dynamique entre divers événements corporatifs. Nous sommes donc en présence d'un pseudo-récit.

5. CONCLUSION

Même si nous avons constamment le pro-jet d'être qui-nous-sommes (Sartre), nous ne sommes pas les véritables auteurs de notre récit existentiel (le « récit de notre vie toute entière », ou récit existentiellement ancré). La vie organisationnelle est toujours un mélange plus ou moins hétéroclite de récits existentiels. En tant que membres organisationnels, nous sommes les co-auteurs du sens qui se dégage de notre récit existentiel. Les membres organisationnels peuvent lire/re-lire, écrire/ré-écrire (quasi-textuellement) la vie

organisationnelle. Si les membres organisationnels n'avaient aucun récit existentiel, ils seraient incapables de lire/re-lire, ou d'écrire/ré-écrire la vie organisationnelle. À travers nos récits existentiels, nous établissons progressivement des liens fondamentaux entre une vision rétrospective (centrée sur le passé) et une vision prospective (centrée sur le futur), suggérait Ricoeur. En tant que rédacteurs/lecteurs de la vie organisationnelle, les membres organisationnels se réfèrent à la fois au passé et à l'avenir. Leurs souvenirs et leurs promesses donnent sens à leur récit existentiel et à toute la vie organisationnelle.

La philosophie herméneutique de Paul Ricoeur nous a permis de révéler dans quelle mesure les rapports de responsabilité sociale, de développement durable ou de citoyenneté corporative sont, en tant que pseudo-récits, porteurs d'un monde du texte qui est enraciné dans un jugement porté sur des événements et phénomènes corporatifs survenus dans un passé plus ou moins lointain. Ce sont des pseudo-récits qui ont le pouvoir d'ouvrir le questionnement philosophique à propos du bien et du mal, du vrai et du faux, du juste et de l'injuste. Cela est particulièrement vrai des rapports de développement durable lorsqu'ils véhiculent le rêve d'un monde à habiter. Mais ce rêve d'un monde à habiter doit pouvoir se transposer en engagements corporatifs concrets et éviter d'être sous la domination d'une pensée idéologique. La philosophie herméneutique de Ricoeur nous a permis de dé-voiler la pseudo-narrativité propre aux rapports de responsabilité sociale, de développement durable, ou de citoyenneté corporative. Mais la notion même de responsabilité demeure obscure, lorsqu'elle est entre les mains des rédacteurs de documents corporatifs éthiquement orientés. Ricoeur précisait bien les deux extrêmes dans toute assignation à la responsabilité (le milieu étant l'amitié, qui permet aux uns et aux autres, de vivre-ensemble dans l'égalité)⁸⁹. D'une part, l'autre exige de moi que j'assume ma responsabilité: c'est bien ce que font nombre de groupes d'intérêt public ou d'ONG face aux décisions et actions corporatives. D'autre part, je peux ressentir de la sympathie pour les autres souffrants, de sorte que cette sympathie me pousse à assumer une certaine responsabilité envers autrui: les rapports de responsabilité sociale, de développement durable ou de citoyenneté corporative sont parsemés d'une telle sympathie envers les autres souffrants, en particulier à travers les activités philanthropiques et les préoccupations éthiques de l'entreprise envers la santé et sécurité au travail, la qualité et sécurité des produits, et les enjeux liés à la santé publique. La recherche future aurait avantage à élucider la notion de responsabilité (sociale, environnementale, ou même éthique) véhiculée dans les documents corporatifs éthiquement orientés afin de mieux en saisir la teneur et de pouvoir la mettre en correspondance avec des concepts de responsabilité issus du vingtième et du vingt-et-unième siècle, qu'il s'agisse de ceux développés par Emmanuel Mounier, Emmanuel Levinas, Jean-Paul Sartre, Hans Jonas, Jürgen Habermas, John Rawls, ou Paul Ricoeur. Ricoeur affirme que chaque personne est responsable des choix pris collectivement par la communauté dans laquelle elle vit. Au cœur de chacune de nos paroles, de chacun de nos gestes et de nos comportements, se trouve une responsabilité personnelle pour ce qu'est en train de devenir la communauté dans laquelle nous nous trouvons⁹⁰. L'avantage d'orienter l'analyse sur l'herméneutique ricoeurienne, c'est que celle-ci nous permet de mieux saisir les multiples liens entre les textes et l'action, entre le monde du texte et le rêve d'un monde à habiter, entre l'offre d'une refiguration possible du monde et la

⁸⁹ Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, p. 224-225.

⁹⁰ P. Ricoeur (2001). *Histoire et vérité*. Paris: Points /Essais, no 468, p. 346.

responsabilité qui tient, à chacune et à chacun, d'en assumer le défi. Un défi qui est enraciné tant dans la narrativité que dans la temporalité.

RÉFÉRENCES

- Abbott, *Abbott Global Citizenship Report 2014*, 2015, 107 p.
- Abbott, *Code d'éthique*, 49 p.
- Camus, A. (1970). *Caligula*. Paris: Gallimard.
- Camus, A. (1977). *Le mythe de Sisyphe*. Paris: Gallimard.
- D'Almeida, N. (2006). 'La perspective narratologique en organisations', in P. de la Broise et T. Lamarche (eds.). *Responsabilité sociale : vers une nouvelle communication des entreprises ?* Paris: Presses universitaires du Septentrion, p. 27-38.
- Darwish, H. (2011). *Paul Ricoeur et la problématique de la méthode dans l'herméneutique. Interpréter, comprendre et expliquer dans les théories du symbole, du texte, de la métaphore et du récit*. Paris: Coll. Ouverture philosophique, L'Harmattan.
- Dau Van Hong, P. (2012). *Paul Ricoeur, le monde et autrui*. Paris: Coll. Ouverture philosophique, L'Harmattan.
- Dostoïevski, F. (2001). *Crime et châtiment*. Paris: Le livre de poche.
- Grondin, J. (2013). *Paul Ricoeur*. Paris: Que sais-je ?, no 3952, PUF.
- Hamilton, E. (2006). 'Narratives of enterprise as epic tragedy'. *Management Decision*, 44(4): 536-550.
- Heidegger, M. (1962). *Being and Time*. New York: Harper and Row Publishers.
- Igalens, J. (2007). 'L'analyse du discours de la responsabilité sociale de l'entreprise à travers les rapports annuels de développement durable d'entreprises françaises du CAC-40', *Finance Contrôle Stratégie*, 10(2): 129-155.
- Jaspers, K. (2003). 'La vérité en tant que communicabilité', *Nietzsche et le christianisme, suivi de Raison et existence*. Paris: Bayard, p. 205-249.
- Kant, I. (1965). *Critique of Pure Reason*. New York: St. Martin's Press.
- Merleau-Ponty, M. (2013). *Phénoménologie de la perception*. Paris: Gallimard.
- Nietzsche, F. (1967). *The Will to Power*. New York: Vintage Books.
- Preuss, L. and D. Dawson. (2009). 'On the quality and Legitimacy of Green Narratives in Business: A Framework for Evaluation'. *Journal of Business Ethics*, 84: 135-149.
- Reynhout, K. A. (2013). *Interdisciplinary Interpretation. Paul Ricoeur and the Hermeneutics of Theology and Science*. Lanham: Lexington Books.
- Ricoeur, P. (2013). *Anthropologie philosophique. Écrits et conférences 3*. Paris: Seuil.
- Ricoeur, P. (2013a). *Cinq études herméneutiques*. Genève: Labor et Fides.
- Ricoeur, P. (1971). 'Du conflit à la convergence des méthodes en exégèse biblique', *Exégèse et herméneutique* (Roland Barthes, Paul Beauchamp, Henri Bouillard et al.). Paris: Seuil, p. 35-53.

- Ricoeur, P. (1998). *Du texte à l'action – Essais d'herméneutique II*. Paris: Points/Essais, no 377, Seuil.
- Ricoeur, P. (2010). *Écrits et conférences 2. Herméneutique*, Paris: "La couleur des idées". Seuil.
- Ricoeur, P. (1977). 'Herméneutique de l'idée de Révélation', *La Révélation* (Paul Ricoeur, Emmanuel Lévinas, Edgar Haulotte, Étienne Cornélis, Claude Geffré). Bruxelles: Facultés universitaires Saint-Louis, p. 15-54.
- Ricoeur, P. (2005). 'Herméneutique. Les finalités de l'exégèse biblique', *Herméneutique de la Bible, Prédication de la Bible, Actualisation de la Bible* (Paul Ricoeur, Roger Parmentier et Henri Blocher). Paris: L'Harmattan, p. 7-42.
- Ricoeur, P. (1975). 'Herméneutique philosophique et herméneutique biblique', in F. Bovon et G. Rouiller (eds.). *Exegesis. Problèmes de méthode et exercices de lectures (Genèse 22 et Luc 15)*. Paris: Delachaux & Niestlé Éditeurs, p. 201-215.
- Ricoeur, P. (2001). *Histoire et vérité*. Paris: Points/Essais, no 468, Seuil.
- Ricoeur, P. (2003). *La mémoire, l'histoire, l'oubli*. Paris: Points/Essais, no 494, Seuil.
- Ricoeur, P. (1972). 'La métaphore et le problème central de l'herméneutique'. *Revue philosophique de Louvain*, 70(5): 93-112.
- Ricoeur, P. (2007). *La métaphore vive*. Paris: Points/Essais, no 347, Seuil.
- Ricoeur, P. (2013b). 'La souffrance n'est pas la douleur', in C. Martin et N. Zaccà-Reyners (eds.), *Souffrance et douleur. Autour de Paul Ricoeur*. Paris: Presses universitaires de France, p. 13-33.
- Ricoeur, P. (1992). *Lectures 2- La contrée des philosophes*. Paris: Éditions du Seuil.
- Ricoeur, P. (2009). *Le conflit des interprétations. Essais d'herméneutique*. Paris: "L'ordre philosophique", Seuil.
- Ricoeur, P. (2009a). *Parcours de la reconnaissance*. Paris: Folio/Essais, no 459, Gallimard.
- Ricoeur, P. (1975). 'Phenomenology and Hermeneutics'. *Noûs*, 9(1): 85-102.
- Ricoeur, P. (1967). *Philosophie de la volonté, I- Le volontaire et l'involontaire*. Paris: Aubier Montaigne.
- Ricoeur, P. (1996). *Soi-même comme un autre*. Paris: Points/Essais, no 330, Seuil.
- Ricoeur, P. (1999). *Temps et récit. I- L'intrigue et le récit historique*. Paris: Points/Essais, no 227, Seuil.
- Ricoeur, P. (1997). *Temps et récit. II- La configuration dans le récit de fiction*. Paris: Points/Essais, no 228, Seuil.
- Ricoeur, P. (1997a). *Temps et récit. III- Le temps raconté*. Paris: Points/Essais, no 229, Seuil.
- Ricoeur, P. (1978). 'The Metaphorical Process as Cognition, Imagination, and Feeling', *Critical Inquiry*, 5(1): 143-159.
- Walt Disney Company, *Citoyenneté Disney 2014. Bilan des performances*, 128 p.
- Walt Disney Company, *Standards of Business Conduct*, 2012, 44 p.

Worms, F. (2013). 'Souffrant, agissant et vivant', in C. Martin et N. Zaccai-Reyners (eds.), *Souffrance et douleur. Autour de Paul Ricoeur*. Paris: Presses universitaires de France, p. 37-45.

Worms, F. (2013a). 'Vie, mort et survie dans et après *La Mémoire, l'Histoire, l'Oubli*', in F. Dosse et C. Goldenstein (eds.), *Paul Ricoeur : penser la mémoire*. Paris: Seuil, p. 135-147.