



Quelle incompréhension ? Des procédés isomorphiques pour construire une vision de la réalité dans le discours environnemental.

Les enjeux de l'incompréhension culturelle :
Réflexions linguistiques, juridiques et traductologiques
14-16 mars 2024, Valenciennes

Romuald Dalodiere
Service d'Études nordiques (NORD)

Romuald.dalodiere@umons.ac.be



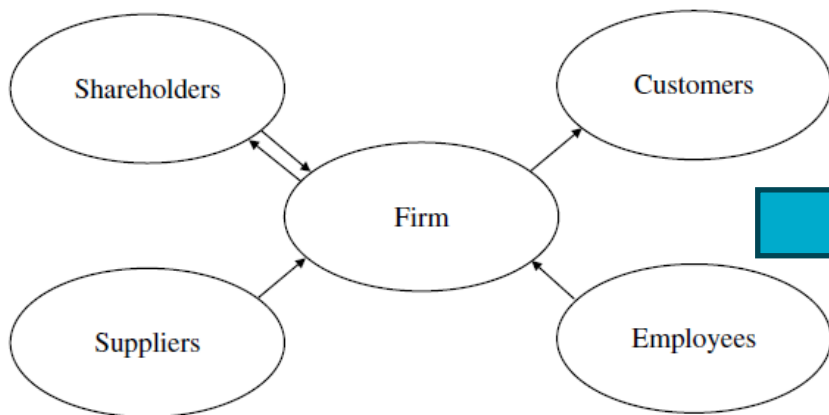
Sommaire de la présentation

1. « Parties prenantes » et « responsabilité »
2. « Légitimité » et « institutionnalisation »
3. Présentation des corpus
4. Des processus isomorphiques qui institutionnalisent
5. La légitimité pour construire la compréhension

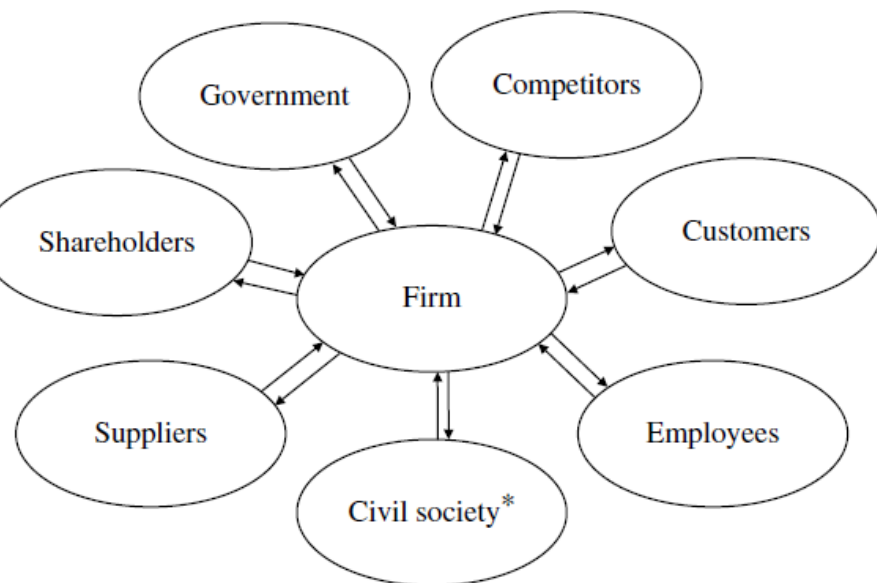
Parties prenantes et responsabilité

- Partie prenante :
 - « ... any group or individual that can affect or be affected by the realization of an organization's purpose » (Freeman *et al.*, 2010:26)
 - Élargit la vision de l'environnement où évolue l'entreprise

(a) Traditional managerial model of the firm



(b) Stakeholder model



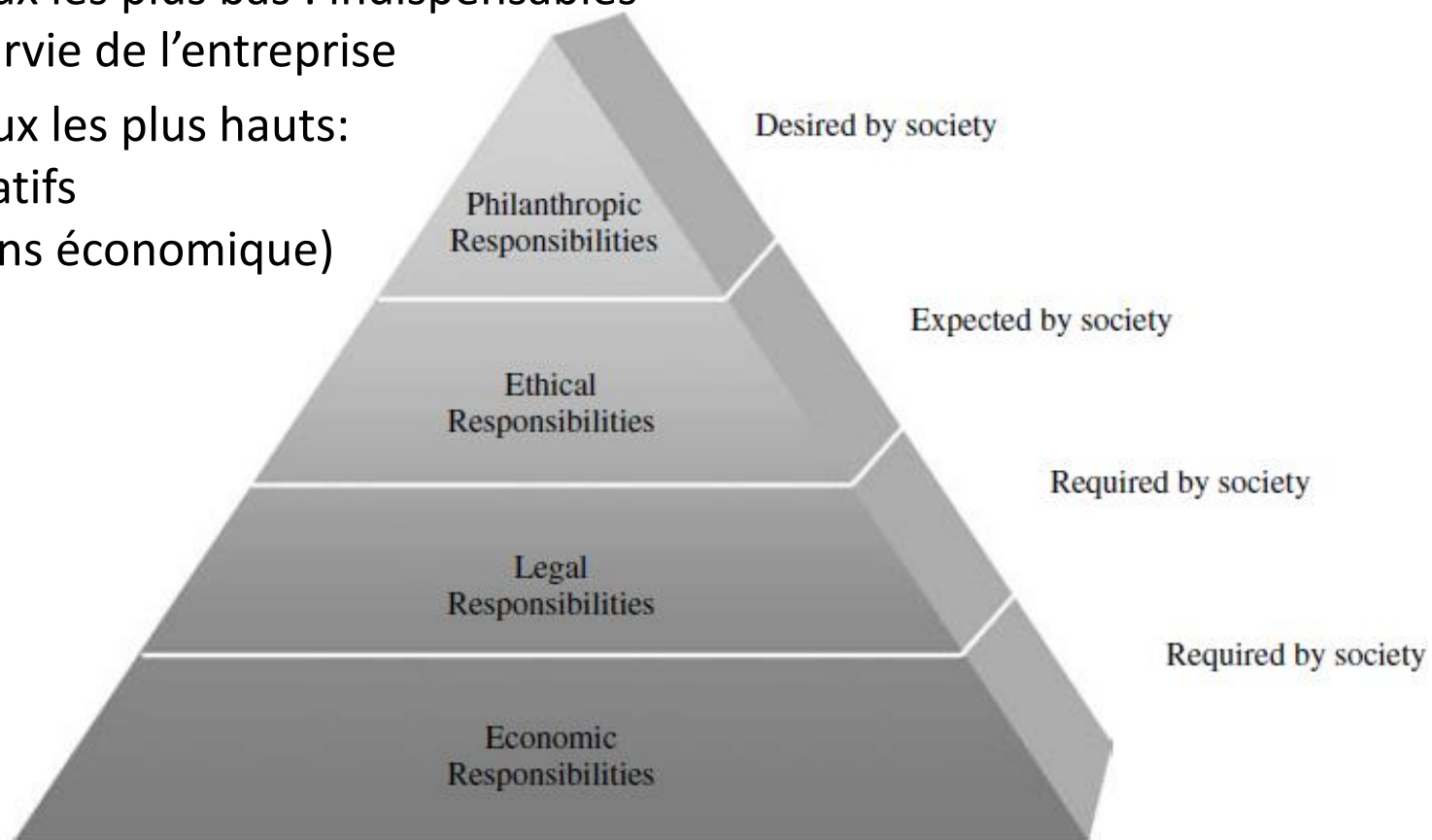
Copié depuis Matten, 2006:17

Parties prenantes et responsabilité

- Responsabilité :
 - «Responsabilité sociétale», «RSE»
 - Prise en compte des paramètres environnementaux et sociétaux au-delà des seuls aspects économiques dans l'activité d'une entreprise
 - Lien avec la théorie des parties prenantes :
 - Théorie avant tout managériale
 - (maximisation de la création de valeur)
 - Exploitation par les chercheurs en RSE

Parties prenantes et responsabilité

- Responsabilité :
 - « Pyramide de la RSE » (Carroll, 1991)
 - Niveaux les plus bas : indispensables à la survie de l'entreprise
 - Niveaux les plus hauts: facultatifs (au sens économique)



« Pyramide de la RSE » (Carroll, 1991, copié depuis Matten, 2006:6)

Légitimité et institutionnalisation

- Convergence tendancielle dans la communication
 - Comment étudier la convergence en discours ?
 - Théorie institutionnelle
 - Les raisons pour lesquelles les organisations finissent par devenir similaires (Greenwood *et al.*, 2014:1207)
- Légitimité et institutionnalisation
 - Institutionnalisation :
 - faire accepter durablement (Colyvas et Jonsson, 2011) une vision partagée de la réalité sociale (Scott, 1987)

Légitimité et institutionnalisation

- Légitimité :
 - « ... a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions. » (Suchman, 1995:574)
- « ... legitimacy and institutionalization are virtually synonymous » (*Ibid.*, p.576)
- Légitimité en discours :
 - « Legitimation, finally, adds the answer, sometimes explicitly, sometimes more obliquely, to the question 'Why' – 'Why should we do this?' and 'Why should we do this in this way?' » (Van Leeuwen, 2007:93)
 - Importance de la légitimité pour la compréhension par les parties prenantes (Suchman, 1995)
 - RSE comme « demande sociale » (Pesqueux, 2009)

Présentation des corpus

Corpus :

- Issus de la communication de PME sur leur site Web
 - PME belges francophones, françaises, danoises, norvégiennes et suédoises
 - 30 entreprises / pays
 - 1 à 3 URLs / entreprise
 - Petits corpus (19 000 à 25 000 *tokens* environ)

	BE	DK	FR	NO	SV
Entreprises	30	30	30	30	30
Pages (URLs)	62	58	53	58	56
Tokens	24 189	19 143	21 508	24 739	19 343

Des processus isomorphiques

- Typologie de DiMaggio et Powell (1983)
 - Convergence tendancielle des comportements et pratiques
 - Perspective sociologique...
 - Mais lien entre théorie institutionnelle et analyse du discours (Peters, 2019)
- L'analyse du discours « sur une ligne de crête »
 - Entre linguistique et disciplines annexes
 - Quels cadres d'analyse offerts par la sociologie ?
 - Et quelles résonnances avec l'analyse de la légitimité en discours (Van Leeuwen, 2007) ?

Des processus isomorphiques

- Isomorphisme coercitif : pressions formelles et informelles
 - Pressions formelles :
 - Dispositions législatives ; exigences de normes ou référentiels, pressions exercées par les entreprises...
 - Pressions informelles :
 - Attentes des parties prenantes
- (1) « en exploitation depuis plus de 15 ans, cette station de traitement nous permet de répondre aux exigences réglementaires, en matière de gestion des rejets d'eaux usées» (parot-1 [FR])
- (2) « vores certificeringer garanterer vores kunder, at vi lever op til kravene som stilles i forbindelse med disse » (ropox-6 [DK])
'nos certifications garantissent à nos clients que nous respectons les exigences qui nous sont imposées dans le cadre de leur détention'
- (3) « miljökrav ställs på våra leverantörer » (prenova-1 [SV])
'des exigences environnementales sont imposées à nos fournisseurs'

Des processus isomorphiques

- Procédés mimétiques : copier des organisations plus légitimes ou connaissant plus de succès
- Reproduction des méthodes, concepts, représentations...
- Réappropriation de formules et défigement (Krieg-Planque, 2009)
 - « un indice crédible du caractère notoire du signe »
 - Un « pari » du locuteur (*Ibid.*, p.97)
 - Réappropriation de ce qui est « durable »
 - « gestion »
 - « emballages »
 - « achats »
 - « transports »
 - ...

Des processus isomorphiques

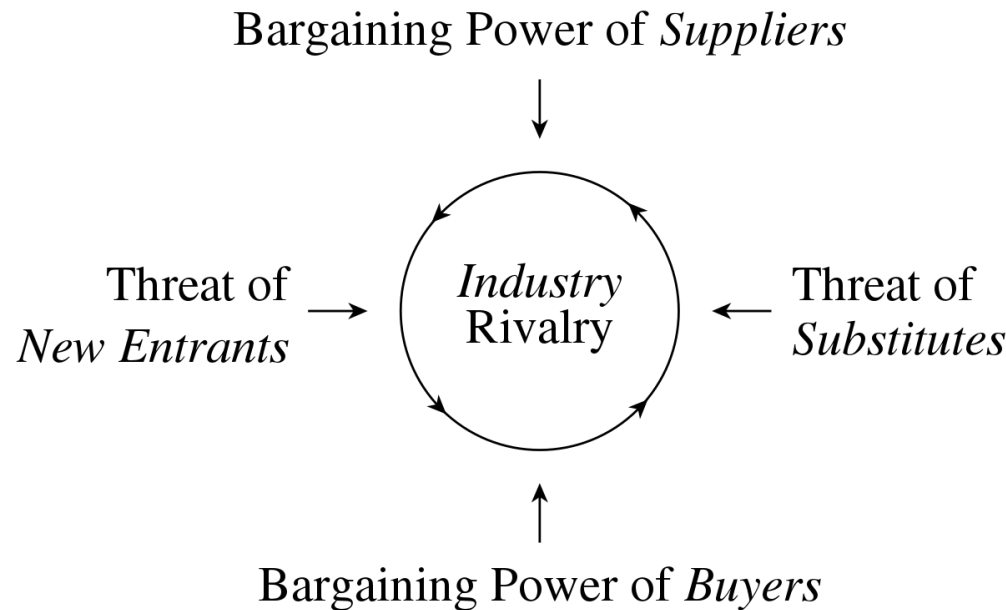
- Pressions normatives: professionnalisation des acteurs
 - Normes et certifications :
 - Références aux 3 piliers du développement durable / RSE:
 - Transposition des modèles théoriques / institutionnels vers les PME
- (1) « ... une vision entrepreneuriale intégrant les dimensions économique, environnementale et sociale / sociétale » (plastobreiz-4 [FR])
- (2) « ... hensyn til miljø, sociale forhold og økonomi, er grundstammen i begrebet csr ... » (scanleasing-1 [DK])
‘la prise en compte de l’environnement, du contexte social et du facteur économique représente la base de la rse’
- (3) « det innebär att vi tänker och fokuserar på miljöfrågor såväl som på sociala och ekonomiska frågor genom hela livscykeln » (hnt-1 [SV])
‘cela signifie que nous tenons compte des questions aussi bien environnementales que sociales et économiques au cours de l’ensemble du cycle de vie’

Des stratégies de légitimation

- Quel lien avec la compréhension ?
 - Légitimité essentielle pour la compréhension des organisations par les parties prenantes (Suchman, 1995)
 - Légitimité discursive (Van Leeuwen, 2007) pour un éclairage complémentaire :
 - *Authorization*
 - *Moral evaluation*
 - *Rationalization*
 - *Mythopoesis*
 - Fournir au public un cadre interprétatif, façonner la compréhension (surtout *rationalization*)

Des stratégies de légitimation

- *Authorization*
- Parallèle avec coercition de DiMaggio et Powell (1983)
 - Entreprise dans un jeu de pouvoirs
 - Elle-même partie prenante d'autres organisations
 - Évoque le modèle des 5 forces (Porter, 1989) :



5 forces de Porter (Source : Wikipedia)

Des stratégies de légitimation

- Mise en scène du pouvoir/vouloir agir (modalités volitives, déontiques ou axiologiques ; verbes dénotant le contrôle) :
 - (1) « nous essayons "par nature" de diminuer notre impact sur l'environnement et de contribuer à protéger notre planète » (bietlot-1 [BE])
 - (2) « innkjøp [...] skal ivaretas med basis i våre etiske verdier...» (malm-orstad-1 [NO])
'les achats [...] doivent être conformes à nos règles éthiques ...'
 - (3) « maîtriser l'impact de nos activités sur l'environnement en valorisant l'économie circulaire dans la prise en charge de nos déchets » (artevent-1 [FR])
- Autorité impersonnelle (organismes normatifs, loi) :
 - (4) « il est donc de notre responsabilité, non seulement de nous conformer aux exigences légales applicables mais également de nous améliorer en permanence en limitant au minimum les mauvais impacts sur la nature » (rot-incendie-1 [FR])

Des stratégies de légitimation

- *Mythopoesis*
 - Inscription dans le temps
 - Peu de *storytelling*, mais beaucoup d'inscription temporelle
 - Le récit légitime
- (1) « depuis sa création hygiène et nature œuvre en faveur de la protection de l'environnement et des individus par une politique d'entreprise socialement responsable (rse) » (prodef-1 [FR])
- (2) « att värna om planeten vi bor på har varit en självklar del av vår arbetsdag sedan dag ett, långt innan hållbarhet blev ett modeord » (dermanord-1 [SV])
'protéger la planète sur laquelle nous vivons a été une dimension évidente de notre quotidien depuis le premier jour, bien avant que la durabilité ne devienne un mot à la mode'

Des stratégies de légitimation

- *Moral evaluation*
 - Dimension morale inhérente à la RSE – « responsabilité »
 - Notion de « fierté » intrinsèquement morale
- (1) « vi er stolte af at være medlem af den danske organisation green building council denmark » (ekj-121 [DK])
'nous sommes fiers d'être membre de l'organisation danoise *green building council denmark*'
- (2) « nous sommes fiers de vous annoncer que nous avons réussi l'examen du renouvellement du label prestadd le 8 novembre 2017... » (artevent-1 [FR])
- (3) « [vi] er stolte over å [...] være en del av en global organisasjon som setter fokus på samfunnsansvar og bærekraft » (relokator-1 [NO])
'[nous sommes fiers] de [...] faire partie d'une organisation mondiale qui s'investit dans la responsabilité sociétale et la durabilité'

Des stratégies de légitimation

- La « responsabilité » : un paramètre de gestion ?
 - 14 occurrences sur 20 (BE/FR) ont pour collocat « sociale », « sociétale » ou « environnementale »
 - Titre de page
 - Qualifie une politique ou une démarche
 - Précise une norme ISO
 -
 - Quelques appréhensions morales qui restent malgré tout

(1) « partant du constat que notre responsabilité est bien globale ... » (plastobreiz-4 [FR])

(2) « [vi] tar ansvar och verkar för att begränsa de miljömässiga effekterna av våra verksamheter» (hnt-8 [SV])

‘[nous] prenons nos responsabilités et agissons afin de limiter les effets environnementaux de nos activités’

Des stratégies de légitimation

- *Rationalization*

- Stratégie de cadrage

- « une description orientée utilisée dans un domaine où il n'y a pas d'objectivité possible » (Breton, 2003:35)
- À l'instar des 3 autres stratégies, mais particulièrement saillante

- Rationalisation instrumentale : construction du but

- Dimension morale indispensable

(1) « c'est dans une mission de conscientisation et dans le but de contribuer à la protection de notre planète que [nous avons] créé une autre division : ecovery » (dhk-1 [BE])

(2) « ce geste écologique est une de nos actions concrète pour la protection de l'environnement » (rot-incendie-27 [FR])

(3) « våra turbilar följer ett fastlagt schema för att få miljövänliga transporter med hög fyllnadsgrad » (swedhandling-1 [SV])

‘nos camions se conforment à un plan de route précis afin d'assurer des transports respectueux de l'environnement avec des véhicules à haut taux de remplissage’

Des stratégies de légitimation

- Rationalisation théorique

- « explicit representations of ‘the way things are’ » (Van Leeuwen, 2007:103)
- Définitions

- (1) « ... la réduction de notre impact sur l’environnement fait partie de nos plans d’actions. à titre d’exemple, on peut citer la mise en place d’une cogénération, le suivi et la réduction de nos rejets, de nos besoins énergétiques, de nos besoins en eau sans oublier le tri des déchets» (herve-société-2 [BE])
- (2) « [vi har] fokus på kvalitet og miljø. det betyder blandt andet, at vi har en række certificeringer så som ... » (coolgray-2 [DK])
‘[nous nous concentrons] sur les questions de qualité et d’environnement. cela signifie entre autres, que nous disposons de plusieurs certifications telles que...’
- (3) « vi er sertifisert i pefc. det vil si at vi forplikter oss til kun å bruke sertifiserte leverandører som henter tømmer i bærekraftige skogbruk » (hasås-1 NO)
‘nous sommes certifiés pefc. c’est-à-dire que nous nous obligeons à n’acheter qu’auprès de fournisseurs certifiés dont le bois provient d’exploitations forestières durables’

Des stratégies de légitimation

- Discours explicatif, particulièrement fréquents
 - Procédé rhétorique intéressant car plus difficile à invalider que le discours argumentatif (Ebel, 1981)
 - Discours souvent « validants » (utilisation de l'ethos d'un tiers) ou techniques

(1) « [la charte co2] permet de contribuer à la réalisation des objectifs fixés dans le cadre du protocole de kyoto : diminuer de 20 %, d'ici à 2020, les émissions actuelles de dioxyde de carbone (co2) de l'ensemble des transports en france pour les ramener au niveau de 1990 et contribuer parallèlement à une baisse de 20 % de la consommation d'énergie » (benito-1 [FR])

(2) « [vi] er medlem av renas, dette sikrer retur av alle elektriske produkter og komponenter til gjenvinning etter 30 års brukstid » (møre-trafo-3 [NO])
'[nous sommes] membre de renas, ce qui garantit la reprise de tous les produits et composants électriques pour recyclage après 30 années d'utilisation'

(3) « samtliga dörrar som ska lackeras, lackeras med pulverlack, vilket innebär att lösningsmedel undviks och färgåtgången blir mindre » (hellbergs-1 [SV])
'toutes les portes qui doivent être peintes sont thermolaquées, ce qui implique qu'aucun solvant n'est utilisé et que la consommation de pigments est réduite'

Conclusion

- Des mécanismes de légitimation / institutionnalisation communs aux cinq corpus
 - Standardisation du discours
- Faire accepter une représentation de la réalité sociale
 - Situation de contrôle
 - Diffusion des modèles
- Diffusion et institutionnalisation (Colyvas et Jonsson, 2011)
→ naturalisation (Fairclough, 2010)
 - Comment évoluera ce discours ?

Bibliographie

- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Colyvas, J. A., & Jonsson, S. (2011). Ubiquity and Legitimacy: Disentangling Diffusion and Institutionalization. *Sociological Theory*, 29(1), 27-53.
- DiMaggio, P., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160.
- Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. Londres / New York : Routledge. (1^{re} édition 1995)
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2010). *Stakeholder theory - The State of the Art*. New York : Cambridge University Press.
- Greenwood, R., Hinings, C. R., & Whetten, D. A. (2014). Rethinking Institutions and Organizations. *Journal of Management studies*, 51(7), 1206-1220.
- Krieg-Planque, A. (2009). *La notion de "formule" en analyse du discours*. Besançon : Presses universitaires de Franche-Comté.
- Matten, D. (2006). Why Do Companies Engage in Corporate Social Responsibility? Background, Reasons and Basic Concepts. In Hennigfeld, J., Pohl, M., & Tolhurst, N. (eds.), *The ICCA Handbook on Corporate Social Responsibility*. Chichester/Hoboken: Wiley & Sons, 3-46.
- Pesqueux, Y. (2009). La responsabilité sociale de l'entreprise : un dialogue sans interlocuteur ? *Vie Sociale*, 3, 137-154.
- Peters, B. G. (2019). *Institutional Theory in Political Science: The New Institutionalism*. Northampton: Edward Elgar Pub. (1^{re} édition 1999)
- Porter, M. (1989). How Competitive Forces Shape Strategy. In Asch, D., Bowman, C. (éds.), *Readings in Strategic Management*. Londres : MacMillan, 133-143.
- Scott, W. R. (1987). The Adolescence of Institutional Theory. *Administrative Science Quarterly*, 32(4), 493-511.
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610.
- Van Leeuwen, T. J. (2007). Legitimation in discourse and communication. *Discourse & Communication*, 1(1), 91-112.

Merci pour votre attention!

Romuald.dalodiere@umons.ac.be