

ENJEUX ETHIQUES DES INTELLIGENCES ARTIFICIELLES EN ORGANISATION

NORMALISATION, MEDIATION, INTEGRITE, QUELS CADRES COMMUNICATIONNELS ET EPISTEMOLOGIQUES ?

Numéro 71 – Juin 2027

Coordination du numéro

- Elizabeth GARDÈRE (Université de Bordeaux, MICA),
- Elise LE MOING-MAAS (IHECS Bruxelles, PROTAGORAS),
- Carsten WILHELM (Université de Haute-Alsace, CRESAT) Ivan Ivanov, Université d'Ottawa, Canada ;

Argumentaire

La diffusion des systèmes d'intelligence artificielle dans les organisations publiques, privées et hybrides constitue une transformation majeure des pratiques informationnelles et communicationnelles contemporaines. Loin de se réduire à un outil de travail supplémentaire, les intelligences artificielles reconfigurent en profondeur les écologies médiatiques, les régimes de preuve, les modalités de décision et d'organisation et les rapports de responsabilité au sein des collectifs de travail. Elles agissent comme un opérateur de cadrage, de sélection et de hiérarchisation de l'information, participant ainsi à la redéfinition des dynamiques de pouvoir, de légitimité et d'autorité.

Cet appel s'inscrit en communication des organisations et en aborde les dimensions éthiques dans une approche constitutive (Taylor & Van Every, 2000 ; Cooren, 2010) et située (Zacklad et Rouvroy, 2022). Au sein des organisations qui ont recours aux intelligences artificielles, de nombreuses questions se posent comme la justification de leur choix, les limites éthiques et déontologiques des usages. Comment les organisations gèrent-elles les risques en lien avec les biais de la surveillance ou de la transparence ? Les intelligences artificielles (IA), en distribuant l'action entre concepteurs, organisations et utilisateurs rendent nécessaire une réflexion approfondie sur les cadres normatifs, discursifs et institutionnels susceptibles d'en garantir l'effectivité. Elles s'inscrivent notamment dans des dynamiques de communication responsable (Libaert, 2013) et de responsabilité sociale des organisations (Gond & Igalens, 2016), tout en étant susceptibles de faire l'objet de stratégies de légitimation ou d'« ethics washing ». Elles invitent également à

repenser la notion même de responsabilité, désormais partagée, distribuée et parfois diluée dans des architectures techniques complexes. Dans ce contexte, l'éthique en communication des organisations mérite d'être interrogée, en tenant compte des travaux précédents, au sein d'un numéro de Communication et Organisation comme un enjeu central, articulant responsabilité, transparence et confiance.

Outre la production de contenu, les IA se matérialisent dans la production de dispositifs communicationnels dans les organisations : chartes éthiques, discours de responsabilité, rapports de transparence.... Autrement dit, l'éthique en communication des organisations est mise en forme par des dispositifs de communication (documents, discours, storytelling institutionnel, etc.). Cela soulève des enjeux de légitimation qui se négocient dans des controverses technologiques, et mettent en jeu la construction de la confiance. Les IA transforment la communication interne et externe des organisations et au-delà les relations entre parties prenantes. Il s'agit dès lors de comprendre pourquoi et comment les organisations encadrent, communiquent et légitiment l'usage des IA.

Les usages organisationnels des intelligences artificielles — outils génératifs, systèmes d'aide à la décision, dispositifs de scoring, agents conversationnels — transforment les chaînes de médiation (Jeanneret, 2008), redéfinissent les frontières de l'expertise, accélèrent et compressent le temps actif (Rosa, 2010) augmentant ainsi la cadence perçue. Ils participent également à une industrialisation accrue de la communication (Miège, 2004), tout en inscrivant dans les dispositifs techniques des prescriptions d'usage (Akrich, 1992). Ces transformations s'accompagnent d'un déplacement des régimes d'autorité et d'une redistribution de l'agentivité, analysée dans les approches communicationnelles constitutives (Cooren, 2010). Les travaux de Frank Pasquale (2015) ont montré combien l'opacité des systèmes algorithmiques fragilise l'imputabilité des décisions et rend difficile toute contestation. Dans le contexte organisationnel, ces analyses invitent à examiner les conditions de légitimation, de transparence et de responsabilité des usages des intelligences artificielles, ainsi que les tensions entre performance, innovation et justice sociale. Les travaux néo-institutionnalistes (Meyer & Rowan, 1977) permettent d'interpréter les dispositifs éthiques comme des formes de conformité symbolique répondant à des attentes sociales.

Les IA ont engendré, notamment via la publicisation de solutions grand public accessibles des outils génératifs, de nombreux travaux, ouvrages, colloques et dossiers de revues en sciences de l'information et de la communication portant sur un phénomène organisationnel en plein développement. Cet appel s'inscrit dans la continuité des travaux en sciences de l'information et de la communication consacrés à l'éthique.

Dans le champ francophone des sciences de l'information et de la communication, un ensemble dense de travaux témoignent de la diversité des angles d'analyse mobilisés. Dès 2020, le dossier de Communication & management consacré à « Intelligence artificielle et communication des organisations » interrogeait l'hypothèse d'un changement de paradigme dans la communication organisationnelle. Les dossiers publiés ensuite dans Quaderni autour de « L'Intelligence Artificielle : raison et magie », puis dans Réseaux sur la question « Contrôler l'intelligence artificielle ? », ont ouvert des perspectives critiques sur les imaginaires, les rationalités, les dispositifs de contrôle et les formes de pouvoir attachées aux systèmes algorithmiques. Dans le même mouvement, les travaux issus du Groupe d'étude et de recherche de la SFSIC sur l'éthique et le numérique en information-communication, notamment le double numéro « L'Éthique et numérique au XXIe siècle », ont contribué à structurer une réflexion spécifiquement info-communicationnelle sur les enjeux normatifs, déontologiques et critiques du numérique. D'autres initiatives ont élargi cette réflexion aux métiers,

à la formation et à la professionnalisation, comme le colloque « Les sciences et métiers de l'information et de la communication à l'épreuve des intelligences artificielles » organisé en 2024 par le LArSIC et l'EBAD à l'université Cheikh Anta Diop, le Séminaire Intelligence artificielle pour la formation, à l'interface des SIC et des sciences de l'éducation, ou encore le colloque ORBICOM « Communication, intelligence artificielle, remédiation, éthique et inclusion » organisé en 2025 à Strasbourg. La question de la gouvernance, de la circulation des savoirs et de l'intelligence collective a été au centre du colloque de la chaire Unesco PETCD de Bordeaux en 2026. Les publications et dossiers annoncés pour 2026 et 2027 confirment cette dynamique, qu'il s'agisse de l'ouvrage Information et intelligence artificielle : opportunités et risques, des travaux à venir sur la littératie, la créativité et le travail humain, ou des numéros consacrés à la reconfiguration des compétences, à la professionnalisation des communicants et aux adaptations des formations face aux IA génératives. Cet ensemble de recherches montre que les intelligences artificielles sont désormais envisagées non seulement comme une innovation technique, mais comme un phénomène communicationnel, professionnel, institutionnel et éthique qui transforme les savoirs, les métiers, les médiations et les régimes de responsabilité. C'est notamment le cas du dossier récemment publié par la Revue Française des sciences de l'information et de la communication intitulé "La communication en tension : l'usage de l'IA générative entre transformations professionnelles, reconfigurations pédagogiques et défis théoriques" ou encore du dossier en cours de publication intitulé "(dé)professionnalisation de la communication à l'ère des outils IA" de la revue communication et professionnalisation. C'est dans cette continuité que le présent dossier entend s'inscrire, tout en resserrant la focale sur les enjeux éthiques des IA en organisation, à travers les questions de normalisation, de médiation, d'intégrité informationnelle et de cadres communicationnels de légitimation.

Axes thématiques

Axe 1. Éthique et usages organisationnels des intelligences artificielles

Ce premier axe propose d'analyser les intelligences artificielles comme dispositif sociotechnique structurant les pratiques, les interactions et les rapports de pouvoir au sein des organisations. Les contributions pourront interroger :

- les transformations des métiers de la communication, de l'information, des ressources humaines ou du management des pratiques éthiques ou déontologiques. Cela s'inscrit dans un contexte où l'intégration des IA modifie les modes de production et de diffusion de l'information. L'efficacité communicationnelle est soumise à des injonctions éthiques de vérification de l'information, d'exactitude des messages et de responsabilité éditoriale. La gestion responsable des données est au centre de la transformation des métiers de la communication qui repose sur l'exploitation des données ce qui soulève des enjeux éthiques en matière de RGPD, de consentement des utilisateurs ;
- les recompositions des compétences, des savoirs professionnels et des identités au travail. Loin de se réduire à un ensemble de règles déontologiques, l'éthique participe à une redéfinition des compétences, des cadres de légitimité et des modes d'action des professionnels de la communication. Les professionnels ne se limitent plus à créer et diffuser un message, ils gèrent des interactions avec une pluralité de parties prenantes, anticipent des crises médiatiques et intègrent la dimension sociale et technique, environnementale et politique dans leurs stratégies de

communication éthique. La responsabilité sociale renvoie à la capacité des organisations à intégrer des principes éthiques dans la conception, le déploiement et l'usage des technologies algorithmiques ;

- les processus d'appropriation, de résistance, de non-usage ou de contournement des outils algorithmiques. Il s'agira d'examiner comment les intelligences artificielles participent à la production de normes implicites, à la standardisation des pratiques et à la mise en conformité des conduites organisationnelles. Comment les organisations mobilisent-elles les discours et dispositifs éthiques autour des IA pour construire leur légitimité et maintenir la confiance de leurs parties prenantes ? Quelles résistances formelles ou informelles sont observées ?

Axe 2. Transparence, équité et intégrité de l'information

Ce deuxième axe porte sur les risques éthiques associés à la production automatisée de contenus ainsi que les enjeux liés à l'opacité algorithmique, aux biais de données, aux phénomènes de manipulation ou de désinformation. Les contributions pourront explorer :

- les conditions d'explicabilité, de traçabilité et d'auditabilité des systèmes. Il s'agit de la manière dont une information est produite, présentée et suivie afin de garantir la transparence, la responsabilité et la confiance ;
- les effets des dispositifs génératifs sur la qualité, la fiabilité et l'intégrité de l'information, par exemple lors de la pratique dite de l'IA fantôme (shadow AI). Il s'agit ici notamment de rendre compte des dilemmes d'usages des pratiques pour les utilisateurs et donneurs d'ordre d'usage ;
- les transformations des régimes de preuve et de vérification en contexte organisationnel, les dispositifs de prévention et de correction des biais. Quels dispositifs sont activement mis en place pour encadrer les biais et mésusages ? Comment ceux-ci transforment-ils le travail quotidien des communicants et de l'encadrement ?

Ces analyses pourront par exemple être éclairées par les théories délibératives de l'espace public, notamment celles de Jürgen Habermas (1962, 2023), des théories antagonistes de Laclau et Mouffe (2019), ainsi que par les travaux critiques sur le capitalisme de surveillance développés par Shoshana Zuboff (2019). La question centrale sera celle des conditions communicationnelles d'une confiance informée dans les environnements numériques organisationnels.

Axe 3. Gouvernance, régulation et conformité

Le troisième axe invite à explorer les dimensions éthiques des dispositifs de gouvernance, de régulation et de conformité encadrant les usages des intelligences artificielles. Les propositions pourront porter sur :

- les chartes éthiques, comités internes, audits et mécanismes de labellisation. Comprendre la fabrique de ces cadres normatifs en entreprise pourra permettre de distinguer les rôles, des processus visibles et invisibles ainsi que des acteurs constitutifs de la communication de l'acceptabilité des innovations ;
- les pratiques de conformité et de gestion des risques ;

- les formes de co-régulation associant acteurs publics, privés et société civile. Plusieurs types de régulation existent comme la régulation juridique, ou encore l'auto-régulation et la déontologie, voire la régulation technique et enfin la régulation institutionnelle ;
- les tensions entre innovation technologique et contraintes normatives ;
- les biais de modèles productivistes et l'accélération des temps actifs.

Une attention particulière sera accordée à l'articulation entre cadres juridiques et pratiques organisationnelles, notamment dans le contexte européen marqué par le Règlement général sur la protection des données (RGPD) et par l'Artificial Intelligence Act. Les contributions pourront également analyser les dynamiques internationales de régulation, les circulations de modèles normatifs et les appropriations différenciées selon les contextes nationaux ou sectoriels.

Axe 4. Enjeux éthiques des médiations nouvelles

Ce dernier axe s'intéresse aux médiations communicationnelles et aux controverses suscitées par les intelligences artificielles, en particulier génératives, et leurs enjeux éthiques. Les contributions pourront examiner :

- les transformations des régimes d'écriture, d'éditorialisation et de création ;
- les enjeux d'attribution, d'agentivité et de responsabilité en matière de production de contenus ;
- les cadrages discursifs de l'éthique dans les organisations qui désignent la manière dont une organisation formule, présente et met en récit l'éthique. Les cadrages normatif, stratégique, réputationnel, axiologique et défensif peuvent être mobilisés ;
- les stratégies d'« ethics washing » et les luttes de légitimité autour des usages des intelligences artificielles.

Une approche communicationnelle attentive aux jeux d'acteurs, aux dynamiques de controverse et aux processus de problématisation permettra d'éclairer les conditions sociales de reconnaissance ou de contestation des dispositifs algorithmiques.

Modalités de contribution

Les articles soumis pourront relever de démarches empiriques qualitatives ou quantitatives, d'analyses théoriques, de revues de littérature structurées ou de retours réflexifs sur les conditions d'enquête et les enjeux éthiques de la recherche. Les contributions devront expliciter clairement :

- leur ancrage théorique ;
- leur méthodologie ;
- leur corpus ou terrain d'enquête ;
- leur apport original au champ des sciences de l'information et de la communication.

Calendrier

- Lancement de l'appel : 15 juin 2026
- Retour des propositions : 15 septembre 2026
- Retour des évaluateurs : 15 octobre 2026
- Retour des textes complets : 15 janvier 2027
- Retour des évaluations des textes complets : 20 février 2027
- Retour des versions finalisées : 15 avril 2027
- Parution du numéro : juin 2027

Consignes de rédaction des propositions (résumés)

- 6000 caractères, espaces compris
- Bibliographie non comptabilisée dans le nombre de caractères
- Sur une page de garde : titre de la proposition, prénom et nom de l'auteur, université, laboratoire, adresse électronique, cinq mots-clés
- Le résumé doit permettre de bien identifier la problématisation, le cadre théorique et conceptuel, la méthode, et les principaux résultats

Les propositions résumées sont à envoyer aux trois adresses suivantes :

- elizabeth.gardere@u-bordeaux.fr
- elise.maas@galilee.be
- carsten.wilhelm@uha.fr

Consignes de rédaction des articles définitifs

- 35 000 caractères à 40 000 maximum, espaces compris, bibliographie comprise.
- Les normes de mise en page des articles définitifs sont accessibles en ligne sur le site de Communication & organisation :
<https://revues.u-bordeaux-montaigne.fr/cometorg/about/submissions#authorGuidelines>
La mise en forme finale selon les normes fournies conditionnera l'acceptation définitive de l'article.
- L'évaluation des articles complets sera faite en double aveugle par le comité de lecture de la liste des membres du comité de lecture, accessible à l'adresse suivante :
<https://journals.openedition.org/communicationorganisation/5905#tocto1n3>
- Les propositions d'articles définitifs seront à déposer sur le site de gestion éditoriale de la revue
<https://revues.u-bordeaux-montaigne.fr/cometorg/about/submissions>

A propos des coordinateurs du numéro

- Elizabeth GARDÈRE est Professeur des Universités en SIC à l'Université de Bordeaux et chercheur au laboratoire MICA à l'Université Bordeaux Montaigne. Elle mène ses recherches sur l'attractivité

territoriale, la transition numérique et les enjeux communicationnels des mutations des organisations.

- Elise LE MOING-MAAS est Professeur en SIC à l'Institut des Hautes Études des Communications Sociales (IHECS) à Bruxelles, et chercheure au laboratoire PROTAGORAS. Elle s'intéresse à la professionnalisation des communicants aussi bien du point de vue des pratiques que de l'éthos avec une attention particulière portée à l'éthique de la communication.
- Carsten WILHELM est Professeur des universités en SIC à l'Université de Haute-Alsace, chercheur au laboratoire CRESAT. Il travaille sur les enjeux sociaux et politiques des usages et pratiques des médias numériques et notamment la privacy et l'éthique du numérique dans une perspective comparative ainsi que sur les usages de l'IA générative en SIC.

Bibliographie

Akrich, M. (1992). The description of technical objects. In W. Bijker & J. Law (Eds.), *Shaping Technology/Building Society. Studies in Sociotechnical Change*, MIT Press, 205-224.

Beaudouin, V., Velkovska, J. (2023). Enquêter sur l'éthique de l'IA. *Réseaux : communication, technologie, société*, N° 240 (4). 9-27. <10.3917/res.240.0009>. <hal-04455808>

Benbouzid, B., Cardon, D. (2022). Contrôler l'intelligence artificielle ?. *Réseaux*, (232-233). <https://shs.cairn.info/revue-reseaux-2022-2?lang=fr>.

Broudoux, E., Chartron, G., Erpon, B. (2025). Information et intelligence artificielle : Opportunités et risques. *De Boeck Supérieur*. <https://doi.org/10.3917/dbu.broud.2025.01>.

Commission Européenne. (2016). Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel (RGPD). *Journal Officiel de l'Union Européenne*.

Commission Européenne. (2024). Artificial Intelligence Act: Regulation on artificial intelligence. European Commission Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs.

Cooren, F. (2010). *Action and agency in dialogue: Passion, incarnation, and ventriloquism*. John Benjamins.

Domenget, J.C., Wilhelm, C. (2018). L'éthique des pratiques de recherche liées au numérique en SIC : le rôle de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication. In Balicco, L., Broudoux, É., Chartron, G., Clavier, V. et Paillart, I. (dir.). *L'éthique en contexte info-communicationnel numérique : Déontologie, régulation, algorithme, espace public*. De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.balic.2018.01>. 101-111, 2018. <hal-03536400>

Domenget, J.C., Wilhelm C., Dolbeau-Bandin, C. (2021). Questionnement éthique par rapport au numérique. Paquienséguy, F., Pélissier, N. (dir.). *Questionner les Humanités Numériques. Positions et propositions des Sic*, SFSIC. CPdirsic, 97-115, 978-2-914872-00-3. <hal-03627341>

Domenget, J.-C., Roelens, C. (2023-2024). L'Éthique et numérique au XXIème siècle. GENIC (Groupe d'étude et de recherche de la SFSIC sur l'éthique et le numérique en information-communication).

Domenget, J.-C., Roelens, C. (2024). Éthique et numérique au XXIème siècle. Approches compréhensives, normatives et critiques. Regards interdisciplinaires. Partie 2 : Nouveaux objets à explorer. Interfaces numériques, 13. <https://www.unilim.fr/interfaces-numeriques/5196>, 2024. (halshs-04596917)

GER GENI C. (2022). Questionner l'éthique depuis les SIC en contexte numérique Ethics in a digital context questioned by information and communication sciences, RFSIC, 25/2022. <https://doi.org/10.4000/rfsic.13158>

GIS2if, (2023-2024) Séminaire Intelligence artificielle pour la formation (SIAFO) à cheval entre SIC et SED, cinquième saison.

Gond, J.-P., & Igalens, J. (2016). La responsabilité sociale de l'entreprise. PUF.

Habermas J., (1962). L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise, trad. de l'allemand par M. B. de Launay, Payot, 1993.

Habermas, J. (2023). Espace public et démocratie délibérative : un tournant. Gallimard.

Jeanneret, Y. (2008). Penser la trivialité 1 : la vie triviale des êtres culturels. Hermès.

Laclau, E., Mouffe, Ch. (2019). Hégémonie et stratégie socialiste. Vers une radicalisation de la démocratie. Fayard, series: « Pluriel », 320 p., traduit de l'anglais par Julien Abriel, 1re éd. française 2009, ISBN : 978-2-8185-0586-1.

LArSIC, EBAD, (2024). Les sciences et métiers de l'information et de la communication à l'épreuve des intelligences artificielles. Université Cheikh Antar Diop, Sénégal. Presses universitaires de Dakar.

Meyer, J. W., Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. American Journal of Sociology, 83 (2), 340–363. <http://www.jstor.org/stable/2778293>

Ménissier, T. (2022). L'Intelligence Artificielle : raison et magie", Quaderni, (105). <https://shs.cairn.info/revue-quaderni-2022-1?lang=fr>

Miège, B. (2004). L'information-communication : objet de connaissance. De Boeck Supérieur.

ORBICOM, (2025). Communication, intelligence, artificielle, remédiation, éthique et inclusion. Strasbourg.

Pasquale, F. (2015). The black box society: The secret algorithms that control money and information. Harvard University Press. / Black box society : les algorithmes secrets qui contrôlent l'économie et l'information. Fyp éditions.

Revue communication et professionnalisation, (2026). (dé)professionnalisation de la communication à l'ère des outils IA (N°18).

Revue Française des sciences de l'information et de la communication, N 32. (2026). Evolutions professionnelles, adaptations des formations, conceptualisations scientifiques.

Rosa, H. (2010). Accélération. Une critique sociale du temps. La Découverte.

Srnicek, N. (2016). Platform capitalism. Polity Press.

Taylor, J.R., Van Every, E.J. (1999). The Emergent Organization: Communication As Its Site and Surface (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781410602275>.

The european journal of communication research (2026-2027). Intelligence artificielle et communication : littératie, créativité et travail humain.”

UNESCO. (2021). Recommendation on the ethics of artificial intelligence. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

UNESCO, chaire PETCD Bordeaux. (2026). Pratiques émergentes en technologies de communication pour le développement.

Verlaet, L., Oir, E. (2020). Intelligence artificielle et communication des organisations”, Communication & management, 2020/2 Vol. 17, ESKA sur un changement de paradigme dans la communication des organisations ?

Zacklad, M., Rouvroy, A., (2022). L'éthique située de l'IA et ses controverses. Revue française des sciences de l'information et de la communication [en ligne], 25 | 2022. URL: <http://journals.openedition.org/rfsic/13204>; DOI: <https://doi.org/10.4000/rfsic.13204>.

Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. PublicAffairs.