

ÉTHIQUE ET ÉDITION DE REVUES EN LIGNE

Philippe Dumas,

Professeur en Sciences de l'information - communication
dumas@univ-tln.fr , + 33 4 94 14 22 36

Adresse professionnelle

Université de Toulon-Var ★ BP 132 ★ F-83957 La Garde Cedex

Résumé : Depuis le XVIII^e siècle, les professions de la presse et de l'édition ont vu leur importance sociale et leurs responsabilités croître, ce qui les amenèrent à se soucier d'éthique et à se doter de codes déontologiques. Avec l'avènement de l'édition électronique et les interrogations que posent le développement de l'internet, l'éthique se retrouve au centre des questions actuelles de sociétés. Le présent article propose une réflexion sur l'éthique de l'édition en ligne à partir d'un examen des sources de cette éthique et des domaines d'intervention sur l'internet de l'éditeur de revues scientifiques.

Mots clés : Éthique, édition, internet, presse, déontologie, cyberculture

Summary : Since XVII^e century, professionals of editing and publishing have been constantly involved in more duties and social responsibilities. That trend has induced the creation of ethical guidelines and deontological codes. Electronic publishing is presently in the same position of increasing influence, duties and internet has developed a new sense of social responsibility. This article presents some reflection about how to cope with ethical issues of on-line edition of scientific publications.

Keywords: Ethics, edition, internet, deontology, cyberculture.

Éthique et édition de revues en ligne

PLAN

ÉTHIQUE ET ÉDITION DE REVUES EN LIGNE

- Introduction
 - Problématique
 - Démarche
- sources de l'éthique éditoriale
 - Éthique
 - Morale
 - Déontologie
 - Codes d'éthique et chartes professionnelles
 - Droit
 - Nétiquettes
 - Éthique marchande
 - Corégulation et responsabilité
- Points d'application
 - Dérives de l'internet
 - Statut de l'auteur et de la création
 - Statut de l'information
 - Statut du lecteur
 - Éthique vs contrôle
 - Réseautage
 - Responsabilité sociale
- Conclusion : esquisse de quelques impératifs éditoriaux
- Bibliographie
 - Quelques référence de sites internet consultés en février 02

INTRODUCTION

Problématique

L'éthique est une question qui revient en permanence dans les débats depuis « qu'il y a des hommes et qui pensent ». Elle est même actuellement évoquée de façon de plus en plus fréquente, que ce soit par les politiques (comités d'éthique), les industriels (l'audit et la gestion éthiques) ou les intellectuels (tribunes dans la presse et colloques).

L'éthique est donc un sujet de réflexion à la mode, avec une entrée en force dans tous les secteurs de la vie sociale. Traditionnellement associée aux sciences de la nature (liées à l'existence humaine) ou de la matière (liées à la survie humaine), elle investit aujourd'hui le champ des sciences de l'esprit, dont font partie les sciences sociales et les Sic¹. Cela n'est pas indifférent. Les sciences sociales d'une part, et les Sic en particulier ont pris une telle importance qu'on se rend compte des dangers qu'elles peuvent porter en elles et qu'on cherche à les canaliser sur le plan de la morale.

Parmi les hypothèses qui expliquent cette situation, on peut citer la crainte de l'impasse morale que créent l'illusionnisme, le désenchantement, l'hyper

relativisme, l'atomisation des savoirs et des cultures, l'individualisme, la transformation des liens sociaux,... Mais plus généralement, on peut adopter le point de vue de Comte-Sponville, (2001) : « L'éthique est un travail, un processus, un cheminement : c'est le chemin réfléchi de vivre, en tant qu'il tend vers la vie bonne, comme disaient les Grecs, ou la moins mauvaise possible, et c'est la seule sagesse en vérité. » Donc traiter de l'éthique de l'édition en ligne est une nécessité permanente à laquelle cette communication voudrait contribuer.

Démarche

Après un bref rappel des origines de l'éthique éditoriale, nous allons voir comment les principes généralement admis trouvent leur point d'application dans l'édition d'une revue en ligne, sans trop nous arrêter aux classiques règles déontologiques des professions de presse. Nous concluons en proposant quelques impératifs éthiques qui guideront la publication en ligne. Notons enfin qu'ici, l'expression « en ligne » recouvre intégralement l'usage de l'internet.

SOURCES DE L'ÉTHIQUE ÉDITORIALE

Éthique, morale, déontologie, droit, quatre notions aux contours qui se chevauchent et parfois s'affrontent. Pour les Anciens, éthique et morale étaient deux façons différentes de dire la même chose, l'une en grec (de *ethos*) l'autre en latin (de *mores*) relative aux mœurs. Maintenant, depuis Spinoza et Kant, il semble utile de les distinguer.

Éthique

Selon le *Robert*, « l'éthique est la partie de la philosophie qui étudie les fondements de la morale ; c'est aussi l'ensemble des principes moraux qui sont à la base de la conduite de quelqu'un ». Pour A. Comte-Sponville (2001, p219), dans son *Dictionnaire philosophique*, une éthique répond à la question : « comment vivre ? ». « Elle est toujours particulière à un individu ou à un groupe. C'est un art de vivre : elle tend le plus souvent vers le bonheur et culmine dans la sagesse ». L'éthique inclut la morale, qui répond à la question : « que dois-je faire ? ». Ainsi « la morale commande, l'éthique recommande ».

Morale

Reprenant le *Robert*, nous dirons que « la morale est l'ensemble des règles de conduites considérées comme bonnes de façon absolue, ou découlant d'une certaine conception de la vie ». A. Comte-Sponville (2001, p389) précise que « la morale est

¹ Sciences de l'information et de la communication.

l'ensemble de nos devoirs que nous nous imposons à nous-mêmes, indépendamment de toute récompense ou sanction attendue ». La morale est désintéressée.

Déontologie

La déontologie se réfère à la bonne conduite professionnelle. Elle propose des principes d'essence morale, mais ciblés sur un public particulier. La naissance d'une déontologie traduit en général l'état d'une profession qui arrive à maturité et cherche à se faire reconnaître. D'un code non écrit, on passe à une formulation explicite et publique. Il faut à la profession l'expérience de la pratique et des influences qui cherchent à la dominer, influences économiques évidentes, mais aussi idéologiques et culturelles. Les médecins le font depuis l'antiquité. Les journalistes depuis le début du XIX^e siècle. Les internautes en sont à leurs balbutiements pour au moins deux raisons. D'abord, ils sont constitués d'une multiplicité de métiers, chacun déclinant sa version de la déontologie (journalistes, marchands, webmestres, concepteurs multimédia, informaticiens, etc.). Ensuite, faute de référents largement admis, ils esquissent des chartes et des codes voués à évoluer.

Codes d'éthique et chartes professionnelles

Dans un article intitulé « La charte de l'internet a-t-elle encore un avenir », A. Beaussant (2000), président de l'association Geste (Groupement des éditeurs de servie en ligne) pose bien la question du statut de ces codes et chartes professionnelles. Ils sont nés en général chez les techniciens et les professionnels eux-mêmes (par exemple Bill Gates aux États Unis, ou les ingénieurs des télécoms en France) inquiets des dérives de leur outil et de la mauvaise presse qui a tendance à freiner leur diffusion. Ainsi le Geste propose-t-il une « charte de l'édition² électronique », les instances académiques des « chartes de l'utilisateur ». Le problème qui se pose est celui de l'acceptation et de l'acceptabilité de ces chartes par les intéressés, usagers, producteurs, transmetteurs de l'information. En découle la question de leur application –enforcement- qui ne peut être assurée que par une pression morale, donc une éthique individuelle, ou par la loi. Or comme on va le voir, la loi est obligatoirement décalée dans le temps et dans l'espace. De plus, elle est antinomique de l'aspiration à la liberté qui a entraîné le démarrage si prometteur de l'internet et de ses forums et chats. Les anglo saxons (Etats Unis, Canada, Australie,...) sont très friands de codes d'éthique « maison » et proposent des cours en « *Creating a Code of Ethics*

² Éditeur, édition sont pris par ces auteurs dans le sens anglo-saxon de production et mise en forme de l'information, et non seulement comme « éditeur de revues ».

for Your Organization ». Une étude récente de l'Ifp (2002) indique que dans les organes de presse régionaux français, 18% seulement ont un Code de déontologie interne rédigé par les journalistes et 59% par la rédaction mais endossé par les professionnels. Cette pratique est donc encore limitée en France.

Droit

L'éthique est antérieure au droit. Le droit s'applique *hic et nunc*, donc est temporalisé et localisé. Or l'information en ligne est asynchrone et délocalisée. Il en ressort à notre avis que l'on ne peut attendre du droit, de la loi que des « barrières lourdes » contre des comportements déjà répertoriés. Trop légiférer risque de bloquer, pas assez reporte la responsabilité sur des appréciations (par le juge, notamment, mais pas uniquement) au cas par cas, donc sur un certain arbitraire associé à un vrai laxisme. Il est intéressant de noter que les anglo saxons, qui sont plutôt adeptes de la deuxième voie, ont, dans ce domaine, fortement influencé la culture administrative française qui a fait preuve d'une relative retenue législative et réglementaire en matière d'internet au cours de ces dernières années.

Nétiquettes

Phénomène curieux, l'émergence de nétiquettes est aussi caractéristique du vent libertaire qui a soufflé sur la généralisation³ de l'internet dans les années 80 aux États Unis. On ne sait pas d'où elles viennent ; elles se transmettent par copier-coller. Elle ne font référence à aucune autorité extérieure. Elles en appellent à la responsabilité individuelle, formant ainsi un terreau propice au développement ultérieur de concepts éthiques.

Éthique marchande

La marchandisation, progressive et certainement inéluctable dans le contexte actuel, de l'internet a amené de nombreux acteurs de l'internet à adopter des chartes d'éthique comme nous l'avons suggéré ci-dessus. Celles-ci ont généralement trait à la protection de la confidentialité, au respect des droits d'auteur et à la sécurité des transactions. C'était à ce prix que le chaland pouvait être attiré dans nos nouvelles galeries marchandes. Ces prescriptions de l'éthique marchande sont à prendre en compte par l'éditeur de revues en ligne, car bon gré mal gré, celui-ci s'insère dans le processus économique, même si la revue est gratuite.

³ Notons « généralisation » et non « naissance », car celle-ci était plutôt marquée par le souci d'efficacité militaire.

Corégulation et responsabilité

Cette brève revue des sources d'une éthique de l'activité éditoriale nous amène à adopter deux principes pour poursuivre notre développement. Le premier est celui de la corégulation de l'internet. Le second est celui de la responsabilité individuelle.

L'édition de règles par des autorités administratives ou politiques a prouvé ses limites, aussi bien en pratique qu'en théorie, quant à leur acceptabilité et leur applicabilité. L'autorégulation pure est un rêve libertaire qui ne peut se réaliser dans la société mondialisée dominée par les États Unis. « Un consensus se dégage actuellement en faveur d'une démarche de régulation de l'internet par ses propres acteurs ou « corégulation », car les autres modes de régulation doivent être écartés. Ainsi, outre que l'internet souffre davantage d'un « trop plein » de droit applicable que d'un prétendu « vide juridique », une régulation étatique dans le domaine de l'internet présenterait un certain nombre d'inconvénients du point de vue qualitatif. Le principal risque de normes déontologiques élaborées par les pouvoirs publics est le manque de connaissance de la technique, du fonctionnement et de spécificités de l'internet. [...] La corégulation ne signifie pas l'absence de régulation ou la désresponsabilisation des acteurs de l'internet. » (Beaussant, 2001, p83).

Au contraire, la responsabilisation devient un enjeu majeur, comme l'indique P. Brunet (2001a), en concluant que « cette responsabilité individuelle constitue le positionnement éthique de tout un chacun face au changement technologique et la valeur fondatrice des sociétés viables. » Nous la mettrons au cœur de nos conclusions.

POINTS D'APPLICATION

Dérives de l'internet

Les défauts de l'internet et les dérives morales des internautes interpellent immédiatement le citoyen. Le catalogue de ce qu'on appelle des « dysfonctionnements » est bien connu : pédophilie, pornographie, sectes, révisionnisme, atteintes aux droits de la personne, de l'image, de la propriété intellectuelle, etc.. Mais le fait même qu'on les nomme « dysfonctionnements » indique bien l'existence d'une éthique latente qui constitue l'ensemble des préceptes naturels du bon comportement, qui se sont concrétisés dans ces chartes du bon usage que nous évoquons plus haut. Nous laisserons le lecteur se référer aux règles déjà bien établies du bon usage éditorial telles que le respect de la vie privée, l'utilisation de citation, la prohibition des activités criminelles, etc. (Cbsc/Ccnr, Geste, 1999, Cnrs, etc.). Nous reposerons les questions sous un angle plus large de la responsabilité éditoriale.

Statut de l'auteur et de la création

La question des droits d'auteur, qui vient la première à l'esprit en matière d'édition, pose en fait le problème même de l'auteur. Qui est l'auteur dans un espace d'interactivité où chacun peut apporter une pierre à un édifice langagier ou iconographique ? Comme le dit Fabre (2001) « l'interactivité est une énergie propre, mais qui en est propriétaire ? L'auteur du message initial ? La communauté hétérogène de ceux qui ont interrogé ? Le public final ? L'enjeu éthique lié à la séparabilité des messages et à la traçabilité de leur parcours est une immense question éthique. » A qui doit aller le crédit ? qui doit-on citer ? Les questions sont posées et la réponse viendra le plus souvent dans une honnêteté intellectuelle individuelle pour mettre en public les jalons du cheminement d'une pensée. Je ne peux citer toute la masse des connaissances nécessaires à l'énonciation de cette idée. Le problème est accru par le manque de culture du monde de la cyberculture (de Koninck, 1999) et par le fait que la cyberculture met en situation de créateurs des personnes qui n'étaient jusqu'à ce jour que consommateurs de culture et d'information (Rigaut, 2001).

Statut de l'information

Nous suggérons d'introduire ici une typologie de l'information qui n'est pas couramment répandue dans le monde de l'édition ; celle d'information brute par opposition à l'information élaborée. On voit le rapport avec le point précédent : l'information brute est celle qui provient directement d'un instrument de mesure (physique ou sociologique) et qui n'a été ni évaluée ni traitée. L'information élaborée au contraire a subi tout le travail de « l'énergie interactive ». Dans ces deux cas, mais de façons différentes, il faut assurer la qualité de l'information au sens où on l'entend pour la fabrication de produits ou de services dans les normalisations Iso. Il s'agit d'identifier la ou les sources, *tracer l'information dans une véritable chaîne de production*, la labelliser, l'évaluer, lui attacher un garant au sens de Churchman (1971), la hiérarchiser. Toutes opérations qui vont à l'encontre des pratiques courantes des internautes et d'une certaine cyberculture zappeuse et superficielle. De la qualité de l'information fournie par une revue résultera la confiance du lecteur.

Statut du lecteur

Le lecteur est l'utilisateur des revues. C'est lui qui représente la légitimité ultime d'une revue comme le dit Wolton. Il faut donc se l'attacher non par la complaisance, mais par la confiance. C'est aussi un citoyen qui agit dans un espace public et doit trouver dans ce qu'il lit les reflets de ses actes. Comme on le verra ci-après, l'éditeur, miroir du lecteur, a une responsabilité sociale. L'éducation et la dimension culturelle de l'acte de lecture sont

aussi à prendre en compte, surtout face aux défis culturels que véhiculent les Tic (de Koninck et al., 1999). Enfin c'est un consommateur, au sens économique du terme qui utilise les revues, et a certains comportements du client internaute, donc quelqu'un qu'il faut « cibler » en termes de marketing, sans tomber dans le merchandising. Les techniques de « push⁴ » peuvent receler des embûches malgré le confort et les avantages qu'elles apportent. Les mesures d'audience relèvent de la problématique de l'information évoquée ci-dessus. Les informations personnelles (par exemple fichiers d'abonnés) sont soumises à la réglementation de la Cnil.

Éthique vs contrôle

Les guides déontologiques, les codes d'éthiques (très anlo-saxons), les règles de droits accumulées, les comités d'éthique peuvent conduire à des attitudes inquisitoriales, des censures plus ou moins explicites si l'éthique tend vers le soupçon et la morale vers « l'ordre moral ». Il y aurait à penser une éthique des institutions d'éthique et des « éthiciens ». La réponse claire à ce dilemme me paraît cette vision constructiviste de l'éthique professionnelle que nous évoquions en introduction.

Réseautage

Il est dans la nature de l'internet de favoriser le réseautage. Celui des revues scientifiques est une opportunité nouvelle pour développer la diffusion de la connaissance. Comme le dit Quéau, (2000), « l'internet n'est pas qu'une technologie, c'est une idéologie de la connectivité ». comme par ailleurs la valeur d'un réseau croît avec le carré du nombre de ses connectés, à réseau de revues répond le réseau des lecteurs. Une voie originale et nouvelle s'offre à l'éditeur de mettre en œuvre sa responsabilité sociale de diffuseur, mais ce n'est pas la seule.

Responsabilité sociale

L'éditeur peut manifester un comportement éthique en prenant en compte différents enjeux de l'insertion sociale de l'internet.

La revue scientifique est au carrefour des deux formes de l'éthique que distingue Weber (1959) : « l'éthique de la conviction et l'éthique de la responsabilité ». Cette distinction est opératoire dans tous les domaines de l'activité scientifique (Assogba, 2001, p176). « L'éthique de la conviction renvoie fondamentalement au fait qu'une personne se comporte selon une croyance profonde, la

préférence de ses propres choix et options. [...] L'éthique de la responsabilité privilégie le contexte au détriment des convictions du sujet. [...] Il faut un équilibre nécessaire entre les deux types d'éthique ». Nous introduisons ici une notion qui sera fondamentale dans la conception générale de la mise en œuvre des principes d'éthique : celle d'équilibre entre des impératifs qui peuvent être variables et contradictoires.

Un autre aspect de la responsabilité sociale de l'éditeur est l'attention qu'il porte à ce qu'il est convenu d'appeler la « fracture numérique ». bien que cette expression soit aussi un slogan politique, ce qui est normal, c'est une réalité qui exclut du lectorat en ligne une proportion non négligeable de la population, même si l'on peut arguer que la cible de ces revues est précisément le public équipé d'ordinateur et de téléphone. Mais si le phénomène de « ceux qui ne sont pas dans le coup » est marginal, il n'en reste pas moins qu'il faut garder présent à l'esprit que 2% de la population mondiale est connecté et que 50% de la population ne dispose pas de téléphone ni d'électricité. L'internet ne profite qu'à une poignée de privilégiés, à ceux qui ont déjà tout et exclut les autres. Mais comme avec toutes les technologies, le problème est d'ordre politique. La technologie en soi est soumise au politique, et ici c'est très visible : l'internet est né, s'est conçu et développé aux États Unis ; la politique tarifaire favorise le continent nord américain et défavorise les pays les plus pauvres ; le droit se constitue à partir des pratiques et des normes américaines, comme en matière de propriété intellectuelle.

Jusqu'ici nous avons parlé de « l'éditeur » comme d'une personne. En fait c'est un rôle qui est partagé entre plusieurs instances : l'éditeur ou responsable de la publication, le ou les rédacteurs, le ou les comités scientifique et rédactionnels. Ce sont ces instances qui édictent la ligne éditoriale et sélectionnent les articles. Cette ligne et la sélection qui s'en suit sont des actes qui relèvent aussi d'une éthique. Notamment celle de la conviction (par rapport au sérieux et la vérité des articles) et celle de la responsabilité, notamment par rapport à l'innovation, la recherche et la découverte. Par exemple, l'attitude par rapport au piratage n'est pas blanche ou noire. Le piratage est d'une certaine façon utile à la société. Il peut être la base d'innovations. Il peut briser des monopoles éthiquement condamnables. R. Stallman, père d'Unix et du mouvement pour les logiciels libres a plaidé en ce sens au dernier Forum social mondial de Porto Alegre (février 2002). Sans oublier que le piratage est aussi utilisé par les compagnies qui font la guerre aux pirates.

⁴ « Push », technique qui consiste à proposer de l'information à l'utilisateur en fonction de son profil ; par exemple aviser un abonné, par courriel personnel, d'une conférence susceptible de l'intéresser.

CONCLUSION : ESQUISSE DE QUELQUES IMPERATIFS EDITORIAUX

Reprenant la définition de Comte-Sponville (2001), notre conclusion va consister en « recommandations », puisque tel est le champ normatif de l'éthique. Comme l'on s'en doute après cette lecture, les impératifs que nous allons résumer ici sont ceux de « l'honnête homme connecté » centré sur l'activité professionnelle de mise en ligne d'information scientifique. Il s'apparente au journaliste, mais aussi à l'internaute, ce qui lui donne une responsabilité sociale différente et une plus petite constante de temps, celle du monde de l'électron au lieu du papier. Nous regrouperons les qualités dont doit faire preuve l'éditeur en ligne pour atteindre un comportement éthique autour de trois idées :

- Se rapprocher des valeurs morales transcendant la technique électronique en assumant pleinement sa responsabilité individuelle, en soutenant celle des autres, participant ainsi à la corégulation de l'internet, en se positionnant comme animateur éthique plutôt que censeur ;
- Valoriser ce qui est « bien » dans l'internet ; l'ouverture, l'accès généralisé à l'information, la démocratie, la participation citoyenne, en se fondant sur une culture universelle ;
- Combattre ce qui est « mal » dans l'internet et étant vigilant, à l'écoute, et en assurant au maximum la qualité de l'information notamment par son traçage.

BIBLIOGRAPHIE

- Assogba, Y. (2001), « L'éthique des comités d'éthique dans les universités », in Brunet, P.J. ed. (2001a), *L'éthique dans la société de l'information*, L'Harmattan, Laval, pp 168-182.
- Bahut-Leyser, D. & Faure, P. ed. (2000), *Éthique et société de l'information*, La Documentation Française, Paris
- Beaussant, A. (2000), « La charte de l'internet a-t-elle encore un avenir ? » in Bahut-Leyser, D. & Faure, P. ed. (2000), *Éthique et société de l'information*, La Documentation Française, Paris, p77-86.
- Breton, Ph. (2000), *Le culte d'internet*, La découverte, Paris
- Brunet, P.J. (2001b), « L'éthique de la responsabilité individuelle dans la société de l'information », in Brunet, P.J. ed. (2001a), *L'éthique dans la société de l'information*, L'Harmattan, Laval, pp 7-32.
- Brunet, P.J. ed. (2001a), *L'éthique dans la société de l'information*, L'Harmattan, Laval
- Cassen, B. (1998), « Les dix commandements de la préférence citoyenne », *Le Monde diplomatique*, mai.
- Cbcs/Ccnr , « Code d'éthique », en ligne, <http://www.cbcs.ca/fancais/codes/acdir.htm>, consulté le 31/01/02
- Chuchman, C.W. (1971), *The design of inquiring systems*, Basic Books, New York.
- Collège international éthique... (2002), « Veillons à l'avenir de l'humanité », *Libération*, 5 février.
- Comte-Sponville, A. (2001), *Dictionnaire philosophique*, Puf, Paris.
- De Koninck et al. (1999), « Les défis de la culture et de l'éthique aux Ntic », *Education et Francophonie*, vol XXVII, N°2, automne-hiver.
- Dumas, Ph. (1991), *Information et action*, Hdr, non publiée, Lyon.
- Fabre, R. (2001), discours inaugural du colloque « Éthique et nouvelles technologies : l'appropriation des savoirs en question », en ligne, <http://www.aupelf-uref.org/programme1/bulletin.html>, consulté le 13/02/02.
- Geste (1997), « La Charte de l'Internet Règles et usages des Acteurs de l'Internet en France », en ligne, consulté le 14/02/02.
- Henri, F., Lundgren-Cayrol, K. (2001), *Apprentissage collaboratif à distance*, Presses de l'Université, Québec.
- Ifp (2000), Institut français de presse, <http://www.u-paris2.fr/ifp/deontologie/ethic.htm>, consulté le 2/2/2002.
- Latour, B. (1989), *La science en action*, La découverte.
- Levy, P. (1997), *L'intelligence collective*, La Découverte, Paris.
- Levy, P. (2000), *World Philosophy*, O. Jacob, Paris.
- Mandard, S. (2002), « Billets de Porto Alegre », *Le Monde Interactif*, février.
- Morin, E. (1977) (1980) (1986), *La méthode*, (Tome 1,2, 3). Seuil, Paris.
- Premier Ministre (2001), « Société de l'information - Deuxième étape - Projet de loi Société de l'Information (LSI) », en ligne, <http://www.ssi.fr/LSI.htm>, consulté le 31/01/02

Quéau, Ph. (2000), « La fracture numérique est un slogan politique », *Le Monde Interactif*, 13 sept.

Rigaut, Ph. (2001), *Au-delà du virtuel, Exploration sociologique de la cyberculture*, L'Harmattan, Paris.

Virilio, P. (1996), « Dangers, périls et menaces », *Le Monde diplomatique*, octobre.

Weber, M. (1959), *Le savant et la politique*, Plon/UGE, coll. 10/18, Paris.

Weick, K.E. (1995), *Sensemaking in organizations*, Sage, New York.

Winkin, Y. (2001), *Anthropologie de la communication, De la théorie au terrain*, Seuil.

Quelques référence de sites internet consultés en février 02

Droit et déontologie de l'internet

<http://www.sg.cnrs.fr/internet/droitauteur.htm>

<http://www.cru.fr/droit-deonto/droit/protection-droits/index.htm>

<http://www.cru.fr/droit-deonto/>

<http://www.ethics.ubc.ca/resources/>

<http://www.cnil.fr>

Journalisme

<http://www.globenet.org/snj/deontologie/devoirs.html>

<http://www.globenet.org/snj/deontologie/munich.html>

<http://www2.globetrotter.net/metamedia/Guide.htm>

<http://www.u-paris2.fr/ifp/deontologie/ethic.htm>