

**« Le questionnement sur l'éthique dans la recherche en sciences économiques et sociales »**

Colloque doctoral international

Conservatoire national des arts et métiers (Cnam)

**« La gestion de l'alerte professionnelle éthique et la recherche qualitative comme stratégie de production d'un savoir organisationnel »**

*«A l'intérieur des sciences de la nature, les choses ne sont pas essentiellement différentes, mais elles apparaissent plus saisissantes parce qu'elles sont jusque-là éloignées de la compétence du profane et de son sens commun obstiné qui refuse de voir ce qu'il ne peut comprendre. »*

*(Hannah Arendt, 1954)*

**Auteurs**

**Khaoula Ben Mansour**

**Karim Ben Kahla**

Doctorante en Sciences de Gestion

Professeur en Sciences de Gestion

Laboratoire LR99ES24

Laboratoire LR99ES24

**Abstract :** Avec l'adoption de la loi Sarbanes-Oxley (2002) aux Etats Unis, (suites aux scandales Enron et World Com), l'alerte professionnelle éthique<sup>1</sup> est désormais une technique managériale qui s'inscrit dans une politique stratégique de prévention des actes non légaux ou non éthiques menaçant la « survie » de l'organisation (Burke et Cooper, 2013 ; Charreire-Petit, et Surply, 2008 ; Mauduit, 2008 ; Pesqueux, 2007). La présente contribution théorique a pour ambition de comprendre les raisons scientifiques qui ont guidées le choix épistémologique afin d'étudier les mécanismes organisationnels et humains de l'alerte professionnelle éthique sur les entreprises. Aussi, lors de cette communication nous tenterons de justifier une démarche qualitative nécessaire à la production de données et à l'analyse des implications managériales d'un tel dispositif..

---

<sup>1</sup> La commission générale de terminologie et de néologie (en France) a traduit « whistleblowing » par « alerte professionnelle » ou « dénonciation » par un avis du Journal Officiel du 7 septembre 2007.

**Mots clé : Whistleblowing, alerte professionnelle éthique, dénonciation, délation, épistémologie, paradigme de recherche, posture épistémologique, positivisme aménagé, méthodologie qualitative.**

La nature et l'envergure de la connaissance produite par le chercheur est tributaire de la qualité de la construction conceptuelle établie pour consolider un positionnement épistémologique clair (Ahrens, et Khalifa, 2013 ; Benelli, 2011). Perret, et Seville (2003) affirment que « *s'interroger sur ce qu'est la connaissance produite revient à s'interroger sur la nature de la réalité pouvant être appréhendée* » (2003, p. 17). Ainsi, le positionnement épistémologique correspond à une assise incontournable pour la validité et la scientificité des données qui apporteront l'éclairage nécessaire à la réalité ou la situation organisationnelle étudiée. A ce propos, Charreire, et Durieux (2003) cite Charreire et Huault (2001) qui soulignent « *des confusions récurrentes en management entre observations de construits sociaux et l'ancrage épistémologique constructiviste* » (2003, p. 67). D'ailleurs, Koenig (2006) admet qu'en premier ressort le chercheur se doit d'opter pour une posture épistémologique nécessaire dans la « *production de la connaissance* » (Evrard, et al. 2006 ; Karami, et al, 2006 ; Lauriol, 2006 ; Charreire, et Durieux, 2003 ; Eisenhardt, 1989). Pour ce faire, le chercheur est face à trois paradigmes épistémologiques à savoir le positivisme, l'interprétativisme et le constructivisme (Kuhn, 1983). Cependant, des tendances de chevauchement entre les courants de pensées existent puisque nous retrouvons chez Perret, et Seville (2003) l'affirmation de positionnements épistémologiques caractérisés de « *positivisme aménagé* » que de « *constructivisme modéré* ». Lorsque nous concevons un positionnement épistémologique en sciences sociales, il est de prime abord demandé au chercheur de se positionner par rapport à une perception de la « *réalité sociale ou organisationnelle* » à étudier (Loubet del Bayle, 2000 ; Benelli, 2011). A ce propos, Perret, et Séville (2003) affirment que « *la réflexion épistémologique est donc consubstantielle à toute recherche qui s'opère* » (Martinet, 1990) » (2003, p. 13). En effet, l'épistémologie permet au chercheur d'orienter sa recherche vers des techniques et des outils qui lui permettront de saisir et d'interpréter la réalité organisationnelle étudiée (Demaizière, et Narcy, 2007 ; Thietart, et al, 2003 ; Charreire, et Huault, 2001). Par ailleurs, Charreire, et Huault (2001)

affirment que cette étape est primordiale dans la détermination « *du design de la recherche* » (2001, p. 3).

A cet effet, nous souhaitons exposer les motivations qui ont été les nôtres afin de constituer une assise épistémologique pouvant justifier la méthodologie et les résultats que nous souhaitons étudier lors d'une étude empirique du management de l'alerte professionnelle dans une organisation financière multiculturelle multinationale.

### **I- La posture épistémologique : un choix académique ou une contingence opportuniste ?**

Lors de la production d'un corpus académique, le chercheur en management se doit de choisir entre trois paradigmes épistémologiques à savoir : le positivisme, l'interprétativisme et le constructivisme (Rouleau, 2007 ; Perret, et Seville, 2003 ; Wacheux, 1996). Ces dernières décennies, de nouvelles tendances en sciences de gestion se profilent, notamment dans le choix du positionnement épistémologique puisqu'en 1991, Wacheux, 1996) démontrèrent que sur 155 articles étudiés, 150 ont pour méthodologie le positivisme. A ce propos, Ahrens, et Khalifa, (2013) observent que les recherches qualitatives « *ont dessiné plusieurs traditions de pensées, telle que l'herméneutique, la phénomologie, les Critical Studies, le structuralisme et la sémiotique, qui ont toujours été opposés à une posture positiviste, ou à une tradition de recherche qualitative (Blaikie, 2007)<sup>2</sup>* » (2003, p. 6). Ainsi, les questions de recherches soulevées en management stratégique peuvent aussi bien être appréhendées par une posture constructiviste, mais aussi « *débatues au sein d'autres référentiels comme le positivisme ou l'interprétativisme notamment* » (Charreire-Petit, et Huault, 2001, p. 7).

De ce fait, le positionnement épistémologique est aussi justifié par le processus de production de connaissances vers lequel nous nous orientons, à savoir choisir entre « l'exploration » ou le « test » (Charreire-Petit, et Durieux, 2003 ; Charreire-Petit, et Huault, 2001). A ce propos, notre recherche tente de comprendre, et donc d'explorer la mise ne place de l'alerte éthique au sein de la BAD, comment cette dernière est acceptée, exploitée et développée au sein des différents

---

<sup>2</sup> “*Has drawn on many different traditions of thought, such as hermeneutics, phenomenology, critical theory, structuralism, and semiotics, whose perhaps clearest commonality has been an opposition to the various positivistic, or qualitative traditions of research (Blaikie, 2007)*”, (Ahrens, et Khalifa, p. 6).

services de la banque. Sachant que le domaine du whistleblowing ou de l'alerte, représente un nouveau champ d'investigation, exigeant ainsi une approche qualitative (Karami et al., 2006). Nous nous intéressons alors aux construits sociaux, aux discours des acteurs, où « *la connaissance produite, considérée comme subjective et contextualisée* » (Charreire-Petit, et Huault, p. 15). Aussi l'exploration est un processus, qui nous permettra de développer au sein d'une démarche inductive, une étude de cas, en l'occurrence la BAD, vers une généralisation « *le processus d'exploration nécessite de procéder de manière inductive ou abductive, en allant du particulier à des conjectures plus générales et il ne saurait être rattaché a priori à un paradigme particulier (Charreire et Durieux, 1999)* » (Charreire-Petit, et Huault, p. 13).

A cet effet, la posture que nous souhaitons adopter se réclame d'un « positivisme aménagé » qui permet au chercheur de développer un corpus de connaissances qui jouit d'une scientificité des principaux paradigmes (Rouleau, 2007). A ce propos, Charreire-Petit, et Huault (2001) affirment qu'« *il se dégage même l'idée d'un véritable continuum entre constructivisme radical et modéré, voire entre constructivisme modéré et positivisme aménagé* » (2001, p. 22). Par ailleurs, nous concevons la recherche en sciences sociales comme une étude des relations et des interactions qu'entretiennent les individus avec le groupe conformément à « une dynamique du groupe » ou un milieu à savoir l'organisation dans laquelle ils évoluent. Ainsi, Loubet del Bayle (2000) affirme qu'il existe en sciences sociales deux manières d'interpréter la réalité sociale à étudier : soit en adoptant le « *holisme méthodologique* », l'accent est alors mis sur la primauté des actions du groupe, dépassant ainsi l'incidence de l'individu sur le fait social ; soit « *l'individualisme méthodologique* » que nous retrouvons chez Boudon (1993) pour qui l'individu est mu par de « *bonnes raisons* » dans l'action sociale (Loubet del Baylet, p. 8).

C'est ainsi que nous retrouvons chez Auguste Comte la conception d'une posture positiviste qui permet au chercheur de « *regarder tous les phénomènes comme assujettis à des lois naturelles invariables* » (Grawitz, p. 44). C'est en cela que Dépelteau (2011), stipule *des règles, étapes et procédures auxquelles les scientifiques recourent pour faire de la science* » (2010, p. 7).

## **II- Le niveau d'analyse et la démarche de recherche**

En sciences de gestion, chaque méthode ou démarche de recherche correspond à un type de questionnement adopté par le chercheur, dès le départ, dans la formulation de la problématique et des questions de recherches qui lui correspondent (Evrard, et al., 2009 ;

Karami, and al. 2006 ; Charreire, et Durieux, 2003). Pour Karami, and al. (2006), cette étape est primordiale pour le déroulement de la recherche puis dans la restitution des résultats à la communauté scientifique. En effet, les auteurs citent Hodgson, et Rothman, (1999) pour qui le choix de la méthodologie ou la démarche de la recherche « *a des implications significatives dans l'acceptation du savoir et des explications produites en sciences de management*<sup>3</sup> » (in Karami, et al., p. 44). Ainsi, le chercheur se doit de choisir entre une démarche inductive, ou bien déductive ou enfin abductive (Evrard, et al., p. 44). Dans la démarche inductive le chercheur, souhaite comprendre et décrire un phénomène organisationnel, tout en partant d'une logique inverse à la démarche déductive (Evrard, et al., 2009 ; Glaser, et Strauss, 1967 ; Eisenhardt, 1989).

En effet, l'induction s'attèle à produire un ensemble de connaissances en partant de l'observation pour proposer une discussion avec la théorie présente. La déduction s'inscrit dans une volonté d'appliquer un corpus théorique à une réalité organisationnelle, et déduire une infirmation ou confirmation des hypothèses de départ (Evrard, et al., 2009 ; Karami, et al., 2006). Par ailleurs, l'abduction est présentée, selon Koenig (1993) et Bourguine (1991), telle une comparaison des « *conjonctures qu'il convient de tester et de discuter* » (in Evrad, et al, p. 47).

Dans la partie présente, nous souhaitons démontrer le raisonnement que nous avons choisi afin de répondre à nos questions et propositions de recherche, afin d'explorer un nouveau terrain de recherche en matière de whistleblowing, dans un contexte multiculturel. Charreire, et Durieux (2003) observent que « *les deux grands processus de construction des connaissances* » sont l'exploration et le test (2003, p. 57). Par ailleurs, Evrad, et al. (2009) affirment que « *la démarche inductive constitue une base importante du processus de recherche surtout lorsqu'on est dans un domaine neuf* » (2009, p. 44). Ainsi, dans la partie suivante nous allons justifier le choix de cette démarche dans le cadre d'une étude qui se veut exploratoire.

### **III- Stratégie et méthodologie d'investissement du terrain**

L'étude ou la recherche scientifique obéit rarement à un schéma d'action d'une façon linéaire et sans incidence, c'est d'ailleurs ce que souligne Pettigrew (1985) « *contrairement à ce qui est communément perçu ou écrit, l'activité de recherche est clairement un processus sociale et non un acte rationnel et murement réfléchi*<sup>4</sup> » (1985, p. 53). Parallèlement à cela,

---

<sup>3</sup> « *Has significant implications for the accepted nature of knowledge and meaning in management science* », (in Karami, et al., p. 44).

<sup>4</sup> « *Contrary to the way the practice research is often taught and written up, the activity of research is clearly a social process and not a merely a rationally contrived act* », (Pettigrew, p. 53).

Lauriol (2006) observe que piloter un travail doctoral en management stratégique recèle, la plupart du temps, d'un travail d'apprentissage exploratoire voire chaotique pour le chercheur. A ce propos, Baumard, et Ibert (2003) démontrent qu'au-delà du positionnement épistémologique, ce qui présage de l'évaluation de l'objectivité d'une recherche scientifique est la façon dont le chercheur va restituer une réalité organisationnelle (*in* Thiétart, et al, 2003). En effet, la constitution des données est à la fois un travail de « découverte » et d'« invention » (Baumard, et Ibert, p. 86). Ainsi, l'interaction du chercheur avec le terrain étudié se retrouve intrinsèquement dans la façon de restituer cette réalité « ontologique » sous forme d'une production de la connaissance (Lauriol, 2006. Pettigrew, 1985). A ce propos, Baumard, et Ibert, (2003) affirment que la constitution des données est « *un travail d'évaluation, de sélection, de choix très impliquant pour le devenir de la recherche, et au-delà, va signer un positionnement épistémologique de la recherche* » (2003, p. 86).

De même, nous retrouvons chez Hetzel (2009), qui pense que dans la démarche inductive, le chercheur est perçu comme « *un sujet passif qui peut se contenter de se laisser imprégner par le terrain* » (*in* Evrard, et al. p. 47). Or, Karami, et al. (2006) affirment que la question ontologique est au cœur du processus de questionnement du chercheur lorsque ce dernier tente comprendre et d'expliquer l'essence du phénomène étudié : « *les chercheurs en sciences sociales font face à une question ontologique : est-ce que la « réalité » est un fait objectivement naturel ou elle est le produit cognitif de l'individu* »<sup>5</sup> (2006, p. 46). En effet, Srivastava, et Hopwood (2009) affirment que « *du point de vue de notre expérience, les configurations, les thèmes, les catégories, n'émergent pas tous seuls. Ils sont mis en évidence par le chercheur qui voit en chaque donnée une interaction avec le corpus théorique dans lequel elle s'inscrit*<sup>6</sup> » (2009, p. 77). Dans le même ordre, Ayache, et Dumez (2011) décrivent la « partialité », dont fait preuve le chercheur dans sa quête et sa constitution de sens à travers les matériaux qu'il acquière du terrain comme « *une subjectivité éclairée* » (2011, p. 33).

A ce propos, le positionnement épistémologique et la démarche du chercheur sont des facteurs importants dans la constitution d'une connaissance où une certaine dissonance personnelle du chercheur est à envisager, ce que Heidegger développe dans « un être ontologique » (Heidegger, *in* Pigé, 2011). Par ailleurs, il est important de prendre en compte l'Éthique de la recherche dans l'optique de préserver la recherche de toute « irrégularité »

---

<sup>5</sup> "Social scientists are faced with a basic ontological question: whether "reality" is an objective nature or the product of individual cognition", (Karami, et al., p. 46).

<sup>6</sup> "From our experience, however, patterns, themes, and categories do not emerge on their own. They are driven by what the inquirer wants to know and how the inquirer interprets what the data are telling her or him according to subscribed theoretical frameworks" (Srivastava, et Hopwood, 2009, p. 77)

(Evrard, et al, p. 70). Dans ce même ordre d'idée, Bell, et Bryman (2007) affirment que les « *chercheurs en management portent un intérêt croissant aux codes éthiques* », et ce dans le but de se tenir à une rigueur non seulement scientifique, mais de surcroit investir d'une façon efficace le terrain étudié (*in* Evrard, et al, 2009, p. 70). Ainsi, Evrard, et al. (2009) citent Hunt, et Vitell (1986 ; 1993), qui en traitant des recherches en marketing, observent qu'il existe deux types d'éthiques : une éthique « déontologique » et une éthique « téléologique ».