

Pour une approche pragmatique de la professionnalisation en relations publiques

Yanick Farmer, professeur. Département de communication sociale et publique, UQAM.

Thomas Maxwell, étudiant à la maîtrise en communication, UQAM.

À l’instar de plusieurs autres pratiques professionnelles, les relations publiques n’échappent pas au « tournant éthique » qui se manifeste au Québec et ailleurs dans le monde à la suite de la médiatisation répétée de nombreux cas de corruption, de conflits d’intérêts ou de négligence qui ébranlent parfois la confiance du public envers les institutions et les professionnels qui les représentent. C’est pour endiguer les conséquences négatives de ces manquements à l’éthique que le Québec s’est doté, en 1974, d’un système professionnel enchâssé dans une loi cadre : le Code des professions. Ainsi, la voie qui a été suivie pour les 51 professions (réparties dans 44 ordres professionnels) officiellement reconnues par le gouvernement du Québec est celle d’une législation relativement contraignante qui balise l’agir professionnel, à travers notamment des codes de déontologie, et qui prévoit des mécanismes de sanction appliqués par des pairs oeuvrant au sein des conseils de discipline des ordres professionnels. Même si notre système professionnel est parfois présenté comme une réussite – ce que nous ne contestons pas -, ces contraintes n’ont toutefois pas empêché certaines des firmes les plus importantes du génie-conseil au Québec – pour ne prendre que cet exemple - d’être au cœur de nombreuses allégations qui ont affecté l’industrie de la construction ces dernières années.

L’enjeu d’une professionnalisation plus formelle de la pratique des relations publiques passe donc par un questionnement des relationnistes sur la pertinence de suivre un modèle plus coercitif

qui vise d'abord à protéger le public par un contrôle rigoureux de l'accès à la profession (diplôme, examen, titre réservé, etc.). Des éléments qui composent la structure du système professionnel québécois se retrouvent déjà dans l'organisation des relations publiques au Québec. On peut penser, entre autres, à l'examen d'agrément, qui conduit à une véritable reconnaissance du milieu par l'obtention du titre ARP, ou au code d'éthique de la SQPRP, qui décrit, quoique brièvement, les bases déontologiques de la profession. Cependant, cette structure n'est pas véritablement contraignante et son autorité n'est pas légale, mais *morale*, au sens où la sanction face aux fautes professionnelles (hormis celles qui peuvent être judiciairisées) vient de la *mauvaise réputation* qui peut être faite par le milieu aux individus ou aux agences qui sortent du cadre des meilleures pratiques. Mais, est-il garanti qu'une structure formellement plus coercitive serait plus apte à favoriser le développement de l'éthique dans la pratique des relations publiques?

À cette question, nous répondons par oui et par non. Oui, parce que nous vivons dans un monde de plus en plus spécialisé dans lequel il deviendra de plus en plus difficile de se démarquer et de servir efficacement le public en l'absence d'un savoir technique de haut niveau. Pour l'exercice de toutes les professions, et de beaucoup de métiers aussi, le savoir expérientiel (« sur le tas ») n'est plus suffisant. Cette logique devrait aussi s'appliquer aux relations publiques. Ainsi, par exemple, un meilleur contrôle de l'accès à la profession par la mise en place d'un titre réservé, d'exigences minimales de qualification ou d'un processus de formation continue aurait pour avantage d'assurer un certain nivellement par le haut des pratiques, ce qui est toujours éminemment souhaitable.

Par contre, la prestation de service offerte par le relationniste est d'un type particulier. Elle s'appuie sur la *communication* et n'est pas dirigée vers le soin physique ou psychologique des personnes. Il est donc beaucoup plus difficile de mesurer le risque que fait peser le relationniste incompetent sur la société. Mais après tout, cette situation est-elle très différente de celle du terminologue ou de l'interprète, qui eux sont des professionnels légalement reconnus?

En outre, la nature même du travail du relationniste l'expose à un conflit de loyautés que ne connaissent pas la majorité des professionnels. Le relationniste est au cœur d'une « relation triangulaire » très forte dans laquelle il s'adresse directement à des publics, sous l'autorité des organisations qu'il représente. En ce sens, il peut devenir pour lui malaisé de concilier la loyauté envers le client ou l'employeur (l'organisation) avec l'intérêt du public, qui est la valeur prééminente du système professionnel québécois. S'il se détourne des intérêts de son client ou de son employeur, le relationniste risque assez rapidement de se retrouver... sans client ou sans emploi! Mais surtout, la mécanique disciplinaire des ordres professionnels exige d'appuyer l'analyse des manquements sur des « canons » établis et unanimement reconnus de l'acte professionnel. Or il n'est pas d'emblée évident d'imaginer sur quelles bases scientifiques un conseil de discipline des relationnistes établirait les limites d'une communication éthique et compétente de celle qui ne l'est pas. Ces « règles de l'art » sont pourtant au cœur de la déontologie du système professionnel québécois.

À court terme, il paraît plus sage d'adopter une stratégie gradualiste et pragmatique d'intégration de l'éthique aux pratiques des professionnels des relations publiques. Dans le cadre de recherches au sein de la *Chaire de relations publiques et de communication marketing de l'UQAM*, nous nous pencherons d'ailleurs, dans les prochains mois, sur les structures managériales les plus

susceptibles de favoriser, au sein d'une organisation, des comportements professionnels à forte valeur éthique. Un premier regard sur la question nous porte à croire que les codes, de même que les approches coercitives et formalistes de l'éthique professionnelle ne sont pas efficaces si elles ne sont pas accompagnées, en amont, d'un travail de fond sur le leadership et les relations de travail au sein des organisations où oeuvrent les relationnistes. En ce sens, le processus de professionnalisation des relations publiques ne doit pas se restreindre à la pointe infime de l'iceberg éthique que représentent la déontologie et les codes; il devrait plutôt s'intéresser activement aux relations humaines qui en constituent l'immense partie immergée et le fondement essentiel.