



Presses de
l'Université du Québec

55 ans
de savoir

COMMUNICATION

C COMMUNICATION

L'éthique de la communication

Introduction aux notions de base

YANICK FARMER



UQ Presses de
l'Université du Québec

Yanick Farmer

2026 | 240 pages

Collection **Communication**
sous la direction de Gaby Hsab

978-2-7605-6340-7

38,00 \$

PAPIER

Les prix sont sujets à changement sans préavis.

L'ÉTHIQUE DE LA COMMUNICATION

Introduction aux notions de base

Pourquoi certaines paroles nous touchent-elles plus que d'autres ? Comment distinguer une communication responsable d'une manipulation subtile ? Et surtout, comment prendre des décisions éthiques dans un monde saturé d'informations et d'interactions ?

Ces questions sont au cœur de *L'éthique de la communication : introduction aux notions de base*, un ouvrage qui explore les multiples enjeux éthiques auxquels chacun est confronté dans sa vie personnelle et professionnelle. Dès les premières pages, on insiste sur l'importance de développer une compétence éthique : une aptitude à réfléchir, juger et agir de manière éclairée face aux dilemmes moraux que soulève la communication.

Inspiré notamment par les penseurs antiques comme Aristote et Socrate, cet ouvrage rappelle que la vertu ne se limite pas à une disposition naturelle ; elle se cultive par l'apprentissage, la discipline et la réflexion. Ainsi, il se veut une invitation à la prise de conscience, à l'amélioration continue, et à une pratique plus responsable de la communication.

Mais que signifie être compétent en éthique ? À travers des études de cas, des modèles de prise de décision, des réflexions sur le risque et la réputation, ce livre offre des outils concrets pour progresser dans ce domaine.

Il s'adresse aux communautés étudiantes, enseignantes et professionnelles en communication, ainsi qu'à toute personne soucieuse de mieux comprendre les enjeux éthiques qui traversent notre quotidien.

C COMMUNICATION

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION L'éthique est partout

CHAPITRE 1 Les dimensions fondamentales de l'éthique

CHAPITRE 2 Comment l'éthique se manifeste-t-elle en communication ?

CHAPITRE 3 Les normes comme étalons de l'action concrète :
droit, déontologie, morale et éthique

CHAPITRE 4 Les identités personnelles et professionnelles

CHAPITRE 5 L'altérité et la diversité

CHAPITRE 6 L'éthique et le médium : de l'écriture à l'intelligence artificielle

CHAPITRE 7 Quelques éléments de droits relatifs aux professions
de la communication

CHAPITRE 8 La déontologie professionnelle

CHAPITRE 9 La prise de décision éthique : modèle et application

CHAPITRE 10 Thématiques avancées : l'évaluation du risque et la gestion
de la réputation

CONCLUSION Les connaissances et la compétence éthique

RÉDACTION

YANICK FARMER, Ph.D., est professeur à l'Université du Québec à Montréal (UQAM). Ses recherches portent sur l'éthique de la communication, l'éthique professionnelle et la bioéthique. Pendant huit ans, il a été président du Comité institutionnel d'éthique de la recherche avec des êtres humains (CIEREH) de l'UQAM. Il est actuellement président élu du Groupe de travail sur l'éthique de la communication de l'International Association for Media and Communication Research (IAMCR).