

SUGGESTIONS DE LECTURE

- Les relations publiques dans une société en mouvance – 4^e édition 42 \$
- Les expositions internationales, un univers de communication 30 \$
- Le protocole 29 \$
- L'organisation d'un événement 25 \$
- La communication en congrès 49 \$
- Gérer une revue de presse 32 \$
- La communication des risques 29 \$
- Les relations publiques 40 \$
- Des campagnes de communication réussies 39 \$
- L'écriture de presse 27 \$
- Mesurer l'insaisissable 39 \$
- Les relations publiques dans une société en mouvance 40 \$
- Un monde sans fil 20 \$
- Comme on fait son lead, on écrit 22 \$

DISTRIBUTEURS

CANADA
PROLOGUE INC.

BELGIQUE
PATRIMOINE SPRL

FRANCE
DIFFUSION AFPUD
DISTRIBUTION SODIS

SUISSE
SERVIDIS SA

AFRIQUE
ACTION PÉDAGOGIQUE POUR
L'ÉDUCATION ET LA FORMATION

**NOS LIVRES SONT EN VENTE
CHEZ VOTRE LIBRAIRE...**

**VISITEZ LE WWW.PUQ.CA
POUR LES FEUILLETER EN LIGNE.**

Société
de développement
des entreprises
culturelles
Québec 

LES RELATIONS PUBLIQUES AUTREMENT

Vers un nouveau modèle de pratique

Matthieu Sauvé

2010, 120 pages

Collection Communication –
Relations publiques

978-2-7605-2589-4

19 \$ | **14 €**



 Presses
de l'Université
du Québec

QUELS SONT LA PLACE ET LE RÔLE des relations publiques auprès des organisations? Même si la question a maintes fois été posée, il convient d'y réfléchir encore puisque certaines antinomies persistent entre la théorie et la pratique. L'adhésion d'une majorité de praticiens à la perspective managériale et le rôle auquel sont souvent confinés les publics des organisations suscitent aussi des questions fondamentales. ►

Cherchant à dépasser la logique économique sur laquelle est fondé le modèle dominant des relations publiques, l'auteur aborde des thèmes comme l'insertion de la pratique dans un cadre fonctionnaliste, la prise en considération des parties prenantes, la représentation de la réalité dans le modèle managérial et la capacité prétendue de ce modèle à concilier intérêts particuliers et intérêt public. Ces réflexions sont complétées par quelques propositions destinées à contribuer à la construction d'un modèle de pratique qui s'inscrirait plus naturellement dans les dynamiques actuelles d'échange d'information et d'organisation sociale.

Les relationnistes jouent un rôle clé dans notre société, notamment en raison de leur influence sur la construction des discours véhiculés dans l'espace public. Ces quelques réflexions, destinées d'abord aux professionnels des relations publiques, mettent en perspective cette profession en devenir.

L'AUTEUR

- ▶ *Titulaire d'une maîtrise en communication de l'Université du Québec à Montréal, Matthieu Sauvé pratique les relations publiques depuis plus de 25 ans. Il est membre de la Société québécoise des professionnels en relations publiques, qu'il a présidée de 1994 à 1996. Il est également membre agrégé et fellow de la Société canadienne des relations publiques.*

SOMMAIRE

■ RÉFLÉCHIR SUR LES RELATIONS PUBLIQUES : POURQUOI ?

L'intérêt d'une réflexion sur les relations publiques

Une perspective d'ensemble

Un sujet aux nombreuses facettes

L'absence de consensus

Les relations publiques comme fonction de gestion

La finalité des relations publiques

Problèmes et questions soulevés

L'imprécision des contours de la pratique

Le statut des relations publiques

L'adhésion à la perspective managériale

L'antinomie de certaines propositions

Le rôle des publics

Que sont vraiment les relations publiques ?

■ QUELQUES THÉORIES ET CONCEPTS PERTINENTS

Des paradigmes reconnus

Quelques approches théoriques

L'interactionnisme symbolique

Les traditions interprétative, postmoderniste et critique en communication organisationnelle

La théorie de la réception active

Le paradigme critique en relations publiques

La théorie des parties prenantes

La critique de la raison économiste

Concepts clés

Les concepts de relations publiques, d'organisation, de communication, de gestion et de stratégie d'entreprise

■ UNE PERSPECTIVE CRITIQUE SUR LE MODÈLE MANAGÉRIAL DES RELATIONS PUBLIQUES

Le modèle managérial des relations publiques

Une perspective critique sur le modèle managérial

L'insertion des relations publiques dans un cadre fonctionnaliste

La représentation de la réalité dans le modèle managérial

La finalité de la prise en considération des parties prenantes

Intérêts particuliers et intérêt public

■ VERS UN NOUVEAU MODÈLE DE PRATIQUE

Pourquoi un nouveau modèle ?

Mise en contexte de nos propositions

Éléments de construction d'un modèle social des relations publiques

Un autre rôle pour les relations publiques

Ébauche du modèle

Conditions d'émergence

Une autre définition des relations publiques