



## Comment rater ses relations avec la presse (Guide)

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

# Comment rater ses relations avec la presse (Guide)

*Pierre Zimmer, Bernard Giroux*

**Comment rater ses relations avec la presse (Guide)** Pierre Zimmer, Bernard Giroux

 [Télécharger Comment rater ses relations avec la presse \(Guide\) ...pdf](#)

 [Lire en ligne Comment rater ses relations avec la presse \(Guid ...pdf](#)

## Téléchargez et lisez en ligne Comment rater ses relations avec la presse (Guide) Pierre Zimmer, Bernard Giroux

---

Format: Ebook Kindle

Présentation de l'éditeur

A quoi peuvent bien servir les relations avec la presse ? Ce livre est fait pour conforter les doutes : non, les relations avec la presse ne servent à rien ! Si ce n'est à développer sa notoriété et sa visibilité, à améliorer la lisibilité de son image et de son positionnement, voire à se faire un peu de publicité.

Il est donc urgent de s'en passer, pour trois bonnes raisons : 1°) qui dit relations dit dépendance et soumission ; 2°) qui dit presse dit journalistes, engeance infréquentable ; 3°) il existe bien d'autres moyens de se faire connaître. Toutefois, si vous ne pouvez y couper, voici comment saborder votre plan média en beauté, en appliquant quelques règles simples...

- Confondez allègrement information et communication, publicité et propagande,
- Affichez préjugés et poncifs sur les journalistes
- Montrez-vous méprisant, et désinvolte.

Alors que nous vivons à l'heure de la « médiacratie », les relations avec l'omniprésent « 4e pouvoir » demeurent un champ d'étude en friche. Cet antimanuel, humoristique mais pas trop, truffé d'exemples réels et d'anecdotes vécues, n'est pas destiné aux seuls communicants et journalistes. Mitonné par deux spécialistes des médias, il a pour objet caché de révéler les rouages des rapports conflictuels entre information et communication, deux bestioles à ne pas confondre.

Bernard Giroux et Pierre Zimmer proposent un panorama de la presse, bousculée par les nouvelles technologies de l'information, ainsi qu'un portrait de la « planète com », astéroïde nombriliste que tout un chacun est amené à fouler un jour ou l'autre. Extrait

Extrait de l'introduction

### ÉLOGE DE L'INUTILITÉ

Nous nageons en plein paradoxe ! Alors qu'avec le développement exponentiel des moyens de communication notre vieille démocratie s'est transformée progressivement et subrepticement en « médiacratie », les relations avec la presse demeurent un domaine d'études encore embryonnaire. Nous sommes presque dans l'inconnu, le nébuleux, voire l'obscur. Est-on là dans le domaine de la pure communication, dans la sphère de l'information, dans l'univers de la propagande ? Et, pourquoi pas, dans celui de la manipulation ?

Les relations avec la presse ne servent à rien, d'ailleurs on peut aisément s'en passer...

Nombre de patrons et de dirigeants se demandent encore à quoi peuvent bien servir les relations avec la presse. Leur devise : pour vivre heureux, vivons cachés ! Rassurons d'emblée ces managers qui n'ont d'ailleurs pas besoin de l'être, tant ils sont figés dans leurs certitudes : les relations avec la presse ne servent à rien. Si ce n'est à développer sa notoriété et sa visibilité (est-ce bien nécessaire ?), à améliorer la lisibilité de son image et de son positionnement (mais qui a vraiment besoin de nous connaître ?) et, à la rigueur, à se faire un peu de publicité (franchement, quelle utilité ?).

Toute cette communication, dont l'efficacité n'est ni prouvée, ni probante, ni prouvable, coûte bien cher. Henry Ford, qui avait baissé le prix de ses Ford T pour que chacun de ses ouvriers puisse s'en acheter une de la couleur de son choix, pourvu qu'elle fût noire, avait l'habitude de dire : « La moitié de mon budget de communication ne sert à rien... mais je ne sais pas quelle moitié. » L'investissement dans la communication comporte assurément des risques, mais ne pas risquer, c'est risqué ; et puis, sans risque, la vie serait tellement fade.

L'aveugle qui tend sa sébile derrière un écriteau «POUR MANGER SVP» a peu de chance d'émouvoir le passant ; en revanche, celui qui, le premier jour du printemps, fait écrire sur sa pancarte : «MOI, JE NE PEUX PAS VOIR LES FLEURS POUSSER», aura certainement plus de succès. Il suscitera la compassion : il a tout compris des ressorts de la communication.

Puisque les relations avec la presse ne servent à rien, peut-on s'en passer ? La réponse est oui, trois fois oui. Pourquoi trois fois ? Primo, qui dit relations dit dépendance et soumission librement consentie, et ce type de rapport est bien sûr inacceptable ; secundo, qui dit presse dit journalistes, or chacun sait que cette engeance est absolument infréquentable ; tertio, il existe bien d'autres moyens de se faire connaître, tels que les panneaux publicitaires de 3 x 4 mètres, le bouche à oreille qu'on appelle aujourd'hui buzz (plus in que «ramdam») ou même la publication d'un livre sur les relations avec la presse. Présentation de l'éditeur A quoi peuvent bien servir les relations avec la presse ? Ce livre est fait pour conforter les doutes : non, les relations avec la presse ne servent à rien ! Si ce n'est à développer sa notoriété et sa visibilité, à améliorer la lisibilité de son image et de son positionnement, voire à se faire un peu de publicité.

Il est donc urgent de s'en passer, pour trois bonnes raisons : 1°) qui dit relations dit dépendance et soumission ; 2°) qui dit presse dit journalistes, engeance infréquentable ; 3°) il existe bien d'autres moyens de se faire connaître. Toutefois, si vous ne pouvez y couper, voici comment saborder votre plan média en beauté, en appliquant quelques règles simples...

- Confondez allègrement information et communication, publicité et propagande,
- Affichez préjugés et poncifs sur les journalistes
- Montrez-vous méprisant, et désinvolte.

Alors que nous vivons à l'heure de la « médiacratie », les relations avec l'omniprésent « 4e pouvoir » demeurent un champ d'étude en friche. Cet antimanuel, humoristique mais pas trop, truffé d'exemples réels et d'anecdotes vécues, n'est pas destiné aux seuls communicants et journalistes. Mitonné par deux spécialistes des médias, il a pour objet caché de révéler les rouages des rapports conflictuels entre information et communication, deux bestioles à ne pas confondre.

Bernard Giroux et Pierre Zimmer proposent un panorama de la presse, bousculée par les nouvelles technologies de l'information, ainsi qu'un portrait de la « planète com », astéroïde nombriliste que tout un chacun est amené à fouler un jour ou l'autre.

Download and Read Online Comment rater ses relations avec la presse (Guide) Pierre Zimmer, Bernard Giroux #4SNITLKRY51

Lire Comment rater ses relations avec la presse (Guide) par Pierre Zimmer, Bernard Giroux pour ebook en ligne Comment rater ses relations avec la presse (Guide) par Pierre Zimmer, Bernard Giroux Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Comment rater ses relations avec la presse (Guide) par Pierre Zimmer, Bernard Giroux à lire en ligne. Online Comment rater ses relations avec la presse (Guide) par Pierre Zimmer, Bernard Giroux ebook Téléchargement PDF Comment rater ses relations avec la presse (Guide) par Pierre Zimmer, Bernard Giroux Doc Comment rater ses relations avec la presse (Guide) par Pierre Zimmer, Bernard Giroux Mobipocket Comment rater ses relations avec la presse (Guide) par Pierre Zimmer, Bernard Giroux EPub

**4SNITLKRY514SNITLKRY514SNITLKRY51**