Une industrie de la célébration : les relations publiques, d'Axel Grysperdt, Éditions Vie Ouvrière, collection EVO, Communication, Bruxelles, 1996, 145 pages

Hugues Hotier

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1859>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.1859

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 1996

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Hugues Hotier, « Une industrie de la célébration : les relations publiques, d'Axel Grysperdt, Éditions Vie Ouvrière, collection EVO, Communication, Bruxelles, 1996, 145 pages », *Communication et organisation* [En ligne], 9 | 1996, mis en ligne le 26 mars 2012, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1859> ; DOI : 10.4000/communicationorganisation.1859

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

Une industrie de la célébration : les relations publiques, d'Axel Grysperdt, Éditions Vie Ouvrière, collection EVO, Communication, Bruxelles, 1996, 145 pages

Hugues Hotier

- 1 Professeur à l'Université Catholique de Louvain, Axel Grysperdt est un des meilleurs spécialistes européens des stratégies de communication. Il connaît mieux que quiconque les relations publiques, dont on tente parfois de gommer la réputation de superficialité en les rebaptisant « communication d'entreprise ». Il a dirigé un dossier de notre revue intitulé « Les relations publiques face à la théorie » (N° 4, deuxième semestre 93).
- 2 Dans cet ouvrage, Axel Grysperdt plaide pour une nouvelle approche des relations publiques. Pour le moment, on rassemble sous cette dénomination des éléments disparates : techniques, stratégies, rites, cérémonies, canaux de légitimation de pouvoir, pratiques validées par des recherches ou fondées sur des croyances, etc. Ce que souhaite l'auteur, c'est une recontextualisation des relations publiques dans la vie de tous les jours.
- 3 Après une dizaine de pages consacrées à l'histoire des relations publiques, l'essai s'articule en trois grandes parties qui ont elles-mêmes deux axes de développement chacune. Fondements des relations publiques : la gloire / la reconnaissance. Figures des relations publiques : la célébration / l'anoblissement. Perspectives des relations publiques : l'histoire / l'éthique. Enfin, en guise de conclusion, l'auteur soulève quelques paradoxes qui ouvrent de nouveaux horizons pour la recherche.
- 4 C'est un ouvrage sérieux à visée théorique, c'est aussi un ouvrage agréable à lire car jamais pédant. Bref, un ouvrage pour tous les chercheurs et les professionnels qui ont besoin, ou envie, de faire le point de la question.