Lobbying et communication

KÖHLER Tanja, SCHAFFRANIETZ Adrian (eds), Public Relations – Perspektiven und Potenziale im 21. Jahrhundert / LEIF Thomas, SPETH Rudolf (eds), Die stille Macht. Lobbyismus in Deutschland / NEUBERT Kurt, SCHERER Helmut (eds), Die Zukunft der Kommunikationsberufe. Ausbildung, Berufsfelder, Arbeitsweisen / RAUPP Juliana, KLEWES Joachim (eds), Quo vadis Public Relations?

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rea/3826>

DOI : 10.4000/rea.3826

ISBN : 978-2-8218-0830-0

ISSN : 1965-0787

Éditeur

CIRAC

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2004

ISSN : 1156-8992

Référence électronique

« Lobbying et communication », *Regards sur l'économie allemande* [En ligne], 67 | juillet 2004, mis en ligne le 08 octobre 2009, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rea/3826> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rea.3826>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

© CIRAC

Lobbying et communication

KÖHLER Tanja, SCHAFFRANIETZ Adrian (eds), *Public Relations – Perspektiven und Potenziale im 21. Jahrhundert* / LEIF Thomas, SPETH Rudolf (eds), *Die stille Macht. Lobbyismus in Deutschland* / NEUBERT Kurt, SCHERER Helmut (eds), *Die Zukunft der Kommunikationsberufe. Ausbildung, Berufsfelder, Arbeitsweisen* / RAUPP Juliana, KLEWES Joachim (eds), *Quo vadis Public Relations?*

RÉFÉRENCE

KÖHLER Tanja, SCHAFFRANIETZ Adrian (eds), **Public Relations – Perspektiven und Potenziale im 21. Jahrhundert**, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2004, 248 p.

LEIF Thomas, SPETH Rudolf (eds), **Die stille Macht. Lobbyismus in Deutschland**, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden, 2003, 386 p.

NEUBERT Kurt, SCHERER Helmut (eds), **Die Zukunft der Kommunikationsberufe. Ausbildung, Berufsfelder, Arbeitsweisen**, Schriftenreihe der DGPUK, vol. 31, UVK Verlagsgesellschaft, Constance, 2004, 306 p.

RAUPP Juliana, KLEWES Joachim (eds), **Quo vadis Public Relations?**, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2004, 296 p.

- 1 En Allemagne, fédérations professionnelles, partenaires sociaux, s'expriment légitimement à la fois dans l'intérêt général (leurs membres contribuent à l'action collective) et pour faire valoir leurs intérêts particuliers. Mais le lobbying est en crise (voir REA 61/03), la défense de l'intérêt général marquant le pas. Un ouvrage collectif (LEIF et al.) retrace les évolutions d'une activité et de ses dérives. Ces dernières contribuent à jeter le discrédit sur un segment essentiel de la communication : les relations publiques, à la limite entre information 'pure' (informer l'opinion via la presse) et information 'intéressée' (manipuler l'opinion). Les métiers de la communication, apparentés à ceux du journalisme, ont considérablement changé, évoluant vers ce qu'il est convenu d'appeler le « management de la communication » (RAUPP et al.) avec ses techniques de gestion de crise, par exemple, ou

d'internationalisation des stratégies (KOHLER et al.). Les formations à ces métiers de relations publiques se sont modifiées en conséquence (NEUBERT et al.) et se distinguent aujourd'hui de plus en plus du journalisme. (IB)