



## SAVOIR COMMUNIQUER AV PRESSE

 Télécharger

 Lire En Ligne

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

# **SAVOIR COMMUNIQUER AV PRESSE**

*PASCAL LE GUERN, PHILIPPE LECAPLAIN*

**SAVOIR COMMUNIQUER AV PRESSE PASCAL LE GUERN, PHILIPPE LECAPLAIN**

 [Télécharger SAVOIR COMMUNIQUER AV PRESSE ...pdf](#)

 [Lire en ligne SAVOIR COMMUNIQUER AV PRESSE ...pdf](#)

**Téléchargez et lisez en ligne SAVOIR COMMUNIQUER AV PRESSE PASCAL LE GUERN,  
PHILIPPE LECAPLAIN**

---

395 pages

Extrait

L'HOMO JOURNALISTICUS

Un métier qu'on adore haïr

«Le pouvoir du journaliste ne se fonde pas sur le droit de poser une question, mais sur le droit d'exiger une réponse.»

Milan Kundera, L'Immortalité.

Le journaliste exerce avant tout un métier comme un autre. Comme vous tous, il a à cœur de bien faire son travail : acter une réalité plus qu'affirmer une vérité. Il sait que l'objectivité n'existe pas tant l'homme est subjectif. Tout au plus cherche-t-il à être le plus honnête possible en se posant des questions de bon sens. Quoi de neuf ? Qu'y a-t-il d'intéressant ? À votre tour, voici les réponses aux questions que vous vous posez sur cette profession qu'on adore haïr.

A Le journaliste tel qu'en lui-même : un professionnel

- Ça ressemble à quoi un journaliste ?

Vous l'imaginez propre sur lui, bien mis, cravaté, look premier de la classe avec la raie bien nette et la joue glabre pour mieux accrocher la lumière, présentateur de journaux, qui raconte le quotidien de la planète comme s'il connaissait tout sur tout le monde.

À moins que vous ne le fantasmiez mal rasé, bardé d'un gilet multipoches couleur sable, un sac à l'épaule couvert d'étiquettes d'aéroports, une montre-chronographe indiquant l'heure de Beyrouth et de Bogota. La boule à zéro parce que c'est plus pratique sur un théâtre d'opérations. La main crispée sur un téléphone portable dernier cri. Au bar d'un grand hôtel, entre deux rasades de whisky remboursable sur notes de frais, il refait le monde alors qu'il n'est là que pour en rendre compte.

Bref, vous hésitez et, finalement, vous avez du mal à vous faire une idée précise. Au moins êtes-vous sûr que le journaliste a une grande gueule. Il a tout vu, tout connu et il sait tout sur tout. Mieux que quiconque. Non pas qu'il exprime un sentiment personnel (on se veut objectif dans ce métier !) mais, à l'en croire, une réflexion nourrie par l'enquête et son expérience du terrain. Le genre (alors qu'il n'est sur le coup que depuis le matin même) à expliquer, à vous qui êtes de la partie depuis trente ans, les réalités de l'entreprise, les contraintes du marché, les perspectives du secteur...

Il y a du vrai dans tout cela mais il convient de se méfier des réputations toutes faites. Comme de celles qui veulent que les dirigeants sont tous des profiteurs, que les directeurs dirigent moins leurs équipes que leur propre carrière, que l'entreprise est aussi impitoyable que la «world company», que l'homme politique est un profiteur et que le syndicaliste veut la peau du patron...

Le mythe du journaliste cow boy ? En journalisme comme en tout, les baroudeurs qui sentent le sable chaud ne sont plus légion ! Les rares qui entretiennent le mythe de manière risible sont en voie d'extinction. Ils sont secrètement jalouxés et, le plus souvent, ouvertement moqués par une profession devenue bien aseptisée et conventionnelle. Le journalisme a tendance à devenir un métier comme un autre, où l'aventure a fait place à l'envie de contracter un emprunt pour acheter un appartement avant d'avoir trente ans et la chasse a cédé le pas aux 35 heures et aux récup'. Les curieux de tout, les sceptiques permanents, les iconoclastes sont de moins en moins nombreux et le conformisme guette la profession comme jamais. Ce métier, grâce à la

facilité offerte par les nouvelles technologies et à cause du manque d'exigence du public, devient de plus en plus conventionnel.

Si l'on tient au physique de l'emploi, il n'est que de s'attacher au journaliste économique. Immanquablement, il a une tête de premier de la classe : sérieux, propre, la raie de cheveux bien marquée. Sa tenue imite celle arborée par le milieu qu'il investigue mais elle n'en a que rarement l'harmonie. La veste ressemble souvent à celle d'un prof de lycée, d'une couleur hésitante, déstructurée et élimée. Point de costume qui le confondrait définitivement avec les analystes financiers qu'il côtoie à longueur de petit déjeuner, de conférence de presse et de table ronde. Avant de parler, celui-là sait écouter et quand il parle, c'est avec calme. Ses questions sont précises. Généralement, en voilà un au moins qui connaît un tant soit peu sa matière. Présentation de l'éditeur ? Un journaliste m'interviewe, quel est son but

? L'interview, est-ce que c'est une simple conversation ?

? Est-ce que je peux refuser de répondre ?

? Est-ce que je dois dire la vérité ?

? Pour être crédible, faut-il être technique ?

? Le journaliste va-t-il me censurer ?

? Est-ce que je peux réécouter mon interview ?

? Comment être crédible ?

? Que faire pour ne pas avoir le trac ?

? Si je suis filmé, dois-je regarder la caméra ?...

Très fonctionnel, cet ouvrage répond à toutes les questions que vous vous posez lors de vos relations avec la presse (écrite, orale ou audiovisuelle).

Destiné à rendre «meilleurs» tous ceux qui ont à rencontrer les journalistes : PDG, commerciaux, politiques, etc., ce guide est conçu pour vous aider en toutes circonstances (de l'interview de routine à la situation de crise). Mais, parce qu'il met en avant les techniques de prise de parole pour mieux se faire comprendre, il vous sera également très utile pour améliorer toutes vos interventions en public (conférence, réunion, séminaire, etc.).

Les auteurs, tous deux spécialistes du média training, sont l'un et l'autre des journalistes en activité.

Philippe Lecaplain est journaliste à Radio France Internationale où il présente la session d'information de la mi-journée. Enseignant à l'Ecole Supérieure de journalisme de Lille, il intervient régulièrement auprès d'importantes entreprises pour des formations et des exercices de communication de crise.

Pascal Le Guern est journaliste à France Info où il suit l'actualité des entreprises innovantes. Il anime par ailleurs des conférences et des séminaires et intervient dans de grands groupes industriels pour des médias trainings et des sessions de prise de parole en public. Biographie de l'auteur

Philippe Lecaplain est journaliste à Radio France Internationale où il présente la session d'information de la mi-journée. Enseignant à l'Ecole Supérieure de journalisme de Lille, il intervient régulièrement auprès d'importantes entreprises pour des formations et des exercices de communication de crise.

Pascal Le Guern est journaliste à France Info où il suit l'actualité des entreprises innovantes. Il anime par ailleurs des conférences et des séminaires et intervient dans de grands groupes industriels pour des médias trainings et des sessions de prise de parole en public.

Download and Read Online SAVOIR COMMUNIQUER AV PRESSE PASCAL LE GUERN, PHILIPPE LECAPLAIN #QW9I3UAGK6Z

Lire SAVOIR COMMUNIQUER AV PRESSE par PASCAL LE GUERN, PHILIPPE LECAPLAIN pour ebook en ligneSAVOIR COMMUNIQUER AV PRESSE par PASCAL LE GUERN, PHILIPPE LECAPLAIN 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 SAVOIR COMMUNIQUER AV PRESSE par PASCAL LE GUERN, PHILIPPE LECAPLAIN à lire en ligne.Online SAVOIR COMMUNIQUER AV PRESSE par PASCAL LE GUERN, PHILIPPE LECAPLAIN ebook Téléchargement PDFSAVOIR COMMUNIQUER AV PRESSE par PASCAL LE GUERN, PHILIPPE LECAPLAIN DocSAVOIR COMMUNIQUER AV PRESSE par PASCAL LE GUERN, PHILIPPE LECAPLAIN MobipocketSAVOIR COMMUNIQUER AV PRESSE par PASCAL LE GUERN, PHILIPPE LECAPLAIN EPub  
**QW9I3UAGK6ZQW9I3UAGK6ZQW9I3UAGK6Z**