

Pierre Delcambre
Université Lille 3

Relations Publiques et travail de représentation.

Cette intervention essaie d'explicitier le cadre réflexif d'un programme pédagogique : la mise au point d'un travail sur des pratiques langagières professionnelles.

Il existe de nombreuses formations aux métiers de la communication. A Roubaix, l'IUP «Infocom» forme des «chargés de communications » généralistes. On considère ici que la formation professionnelle à la communication n'est pas qu'une affaire d'outils et de techniques : développer des compétences langagières exige de penser les formes de communication, leurs moments, leurs enjeux et leurs difficultés. Une telle position n'est pas neuve. Reste à identifier des difficultés professionnelles et à les concevoir. Notre proposition : parmi les situations langagières difficiles, le chargé de communication se trouve professionnellement en devoir de représenter « son » entreprise. Mais qu'est-ce que représenter ? En quoi consiste le travail de représentation dans un cadre « public », celui des relations publiques, (relations en public, relations au public) ? En analysant cette situation, les espaces sociaux où des professionnels sont amenés à construire ces représentations, le rapport entre le chargé de relations publiques et ce « soi » qu' est l'entreprise, le formateur peut se doter d'une perspective « stratégique » et proposer des protocoles et des exercices langagiers.

Parmi tous les documents où l'on peut décrypter un travail de représentation publique de l'entreprise, on s'est intéressé prioritairement à un « genre » littéraire ou journalistique : le portrait. Une analyse d'écrits d'aujourd'hui permet de repérer quelques enjeux pour ceux qui sont professionnellement confrontés au travail de présentation de l'autre.