

Think tanks

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : Think tanks : quand les idées changent vraiment le monde / François-Bernard Huyghe,... ; préface d'Alain Juillet et Eric Delbecque

Auteur(s) : Huyghe, François-Bernard (1951-2022) auteur en science politique

Autre(s) responsabilité(s) : Juillet, Alain (1942-....) (Préfacier)
Delbecque, Éric (Préfacier)

Publication : Paris : INHESJ, Institut national des hautes études de la sécurité et de la justice : Vuibert, DL 2013

Description matérielle : 1 volume (157 pages) : couverture illustrée en couleurs ; 25 cm

Collection : L'Egide

ISBN : 978-2-311-40060-1

EAN : 9782311400601

Appartient à la collection : L'Egide Paris INHESJ, Institut national des hautes études de la sécurité et de la justice Vuibert 2013

Classification décimale Dewey : 320.6

Note sur les bibliographies et les index : Bibliographie p. 155-157. Notes bibliographiques

Résumé ou extrait : La 4e de couverture indique : « Think tanks ? Tout commence par une difficulté de traduction : sont-ils des "boîtes où penser" ou des réservoirs où puiser des idées ? Le terme a été popularisé dans les années 1960. Depuis, sont apparus des milliers de think tanks, y compris en Europe et en Asie. Penser pour peser, découvrir des solutions pour inspirer des politiques : le think tank se situe toujours quelque part entre le modèle de la recherche pure - en principe indépendante (mais centrée sur des questions actuelles intéressant le bien commun) -, et la volonté d'influencer les décideurs. Cela implique de savoir convaincre, d'entretenir des réseaux, de soutenir des amis politiques, de trouver et de conserver des vitrines médiatiques, de se faire financer. Evoluant entre l'école de pensée et le groupe de pression, naviguant de la recherche d'une pensée originale à la production d'un discours efficace, ces organisations se définissent surtout négativement (elles sont en principe non lucratives, non partisans et

non dépendantes des autorités publiques) et se forgent ainsi une identité. Dans la pratique, les objectifs, l'inspiration idéologique, la taille, le financement, le budget, le prestige et le champ de compétence des think tanks diffèrent énormément. Cependant tous apparaissent orientés vers l'action. Conseillers du Prince, experts autonomes, inspireurs, médiateurs et médias, réseaux d'influence : un peu tout cela à la fois, les think tanks ont, au moins à moyen terme, toutes les raisons de se développer ! »

Sujet - Nom commun : Groupes de pression

Clubs de réflexion