

Le lobbying électoral

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : Le lobbying électoral : groupes en campagne présidentielle (2012) / Guillaume Courty, Julie Gervais (dir.) / [préface de Daniel Gaxie]

A pour autre édition sur un support différent : Le lobbying électoral groupes en campagne présidentielle (2012) [sous la direction de] Guillaume Courty, Julie Gervais [préface de Daniel Gaxie] 2018 Villeneuve d'Ascq Presses universitaires du Septentrion Espaces politiques 978-2-7574-1793-5

Auteur(s) : Courty, Guillaume (1964-....)

Autre(s) auteur(s) : Gervais, Julie (1978-...)

Autre(s) responsabilité(s) : Gaxie, Daniel (1947-....) (Préfacier)
Presses universitaires du Septentrion Lille, France 1976-.... - Éditeur commercial

Publication : Villeneuve d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion, 2016

Description matérielle : 1 volume (267 p.) : ill., couv. ill. en coul. ; 24 cm

Collection : Espaces politiques 1764-3716

ISBN : 978-2-7574-1385-2

EAN : 9782757413852

Appartient à la collection : Espaces politiques 1764-3716

Classification décimale Dewey : 324.409 44

Note sur les bibliographies et les index : Bibliogr. p. 247-254. Notes bibliogr. Index

Résumé ou extrait : "L'élection présidentielle n'a jamais donné lieu en France à une étude portant sur les acteurs centraux des campagnes électorales que sont les associations, les syndicats, les organisations professionnelles, les collectifs, les ONG ou les think tanks. Tous poursuivent alors un objectif commun : tenter de convaincre les candidats et candidates de l'intérêt d'un projet, d'une cause ou d'une proposition de politique publique. Quelles sont les formes de lobbying à l'oeuvre pendant une campagne électorale et comment appréhender leurs effets ? Une équipe de politistes et de sociologues répond à cette question

inédite en suivant la campagne présidentielle de 2012 au coeur de la mêlée, dans le quotidien des groupes mobilisés. Loin de la vision légitime de l'élection réduite à un simple affrontement de candidats et de candidates arbitré par le vote et les médias, les enquêtes analysent ici la campagne présidentielle comme un terrain privilégié de l'exercice du lobbying."

Sujet - Nom commun : Comités d'action politique -- France -- 1990-2020 -- Enquêtes

Campagnes électorales -- France -- 1990-2020 -- Enquêtes

Élection présidentielle -- France (2012)

Lobbying -- France -- 1990-2020 -- Enquêtes

Groupes de pression -- France -- 1990-2020 -- Enquêtes