

Stratégies d'influence et guerres de l'information

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : Stratégies d'influence et guerres de l'information : propagande et diplomatie publique des États-Unis depuis la guerre froide / Maud Quessard ; préface de Serge Ricard

A pour autre édition sur un support différent : Stratégies d'influence et guerres de l'information propagande et diplomatie publique des États-Unis depuis la guerre froide Maud Quessard Rennes Presses universitaires de Rennes 2020 978-2-7535-8075-6

Auteur(s) : Quessard-Salvaing, Maud (1977-....)

Autre(s) responsabilité(s) : Ricard, Serge (1944-2022) (Préfacier)

Publication : Rennes : Presses Universitaires de Rennes, DL 2019

Description matérielle : 1 vol. (373 p.) : ill., couv. ill. en coul. ; 24 cm

Collection : Des Amériques 2265-6537

ISBN : 978-2-7535-7723-7

EAN : 9782753577237

Appartient à la collection : Des Amériques (Rennes) 2265-6537

Classification décimale Dewey : 327.140 973

Note sur les bibliographies et les index : Bibliogr. p. 335-359. Notes bibliogr. Index

Résumé ou extrait : La 4e de couv. indique : "Quel rôle les États-Unis ont-ils joué dans les guerres de l'information depuis la guerre froide ? Quelles stratégies d'influence ont-ils mises en œuvre pour favoriser leurs objectifs de politique étrangère ? Cet ouvrage apporte un éclairage inédit sur le rôle de la diplomatie publique au sein de la fabrique de la politique étrangère américaine. Outre la description de son fonctionnement institutionnel à Washington, il propose une analyse de l'évolution des stratégies mises en œuvre dans les « zones critiques » à l'Ouest et à l'Est dans l'Europe de la guerre froide. Au-delà du « siècle américain », Maud Quessard analyse la transition vers une nouvelle ère, un monde « post-américain ». Elle aborde l'impact des attentats du 11 septembre qui remet en cause le rapport au monde des États-Unis et annonce, sous les administrations Bush puis Obama, une « nouvelle diplomatie publique »

associant le secteur privé, la société civile et les grandes entreprises. À l'ère numérique, elle aborde les enjeux et les difficultés de s'adapter aux menaces protéiformes du XXI^e siècle et à s'inscrire durablement dans des stratégies de smartpower, subtil dosage de hard et soft power"

Sujet - Collectivité : United States information agency -- 1945-....

Sujet - Nom commun : Médias et propagande

Relations extérieures -- États-Unis

Diplomatie publique -- États-Unis

Guerre de l'information