

**Polski model
organizacji typu
think tank**

Piotr Zbieranek

Polski model organizacji typu think tank



Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR
Warszawa 2011

Redakcja i korekta: Bogdan Baran
Projekt okładki i stron tytułowych: Katarzyna Juras

Copyright © 2011 by Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa

Publikacja książki dofinansowana przez Instytut Filozofii, Socjologii
i Dziennikarstwa Uniwersytetu Gdańskiego

ISBN 978-83-7383-525-2

Wydawnictwo Naukowe Scholar Spółka z o.o.
ul. Krakowskie Przedmieście 62, 00-322 Warszawa
tel./fax 22 826 59 21, 22 828 95 63, 22 828 93 91
dział handlowy: jak wyżej, w. 105, 108
e-mail: info@scholar.com.pl
www.scholar.com.pl

Wydanie pierwsze
Skład i łamanie: Inter Esse
Druk i oprawa: Wojskowa Drukarnia w Łodzi

SPIS TREŚCI

Wstęp <i>Stanisław Mocek</i>	7
Wprowadzenie	9
Rozdział I. Think tank jako specyficzny typ organizacji	17
Organizacje typu think tank – ogólna charakterystyka	17
Historyczna ewolucja organizacji typu think tank	31
Współczesne zróżnicowanie zjawiska think tanków	44
Rozdział II. Umiejscowienie think tanków w ramach systemu społeczno-politycznego	61
Ramy paradygmatyczne prowadzonych studiów teoretycznych i badań empirycznych	61
Funkcjonalność think tanków w ramach systemu społecznego	69
Teoria społeczeństwa obywatelskiego oraz systemu demokratycznego w świetle problematyki think tanków	78
Rozdział III. Anglosaski model organizacji typu think tank	90
Ogólna struktura sektora oraz elementarne cechy formalne modelu	90
Cechy charakterystyczne modelu organizacyjnego anglosaskiego think tanku	102
Podstawowe funkcje i mechanizmy wpływu ukierunkowane na ich wypełnienie	109
Specyficzne produkty oraz strategie marketingowe wykorzystywane przez think tanki	115
Strukturalny kontekst funkcjonowania	122
Rozdział IV. Struktura polskiego sektora think tanków i formalno-konstrytywne cechy przynależnych do niego organizacji. Studium empiryczne	132
Metodologiczne podstawy prowadzonych badań empirycznych	132
Ogólna struktura sektora oraz elementarne cechy formalne modelu	137
Cechy charakterystyczne modelu organizacyjnego polskiego think tanku	148
Rozdział V. Struktura polskiego sektora organizacji typu think tank. Studium empiryczno-porównawcze	175
Podstawowe funkcje i mechanizmy wpływu ukierunkowane na ich wypełnienie	175

Specyficzne produkty oraz strategie marketingowe wykorzystywane przez think tanki	183
Kontekst strukturalny funkcjonowania	192
Weryfikacja przyjętych hipotez badawczych w świetle zgromadzonego materiału empirycznego	208
Zakończenie. Implikacje natury teoretycznej i praktycznej wplywające z przeprowadzonych studiów	221
Bibliografia	229
Spis tabel i wykresów	247
Załączniki	251