



Les think tanks

Anthologie de textes sur les think tanks publiés sur
<http://www.huyghe.fr>

Introduction

30 novembre 2007 - Anthologie de textes sur les think tanks

Comment définir un think tank ? On proposera quelques réponses dans la brochure qui suit (une anthologie de textes dispersés sur le site). Mais il est vraisemblable que nul ne parviendra jamais à imposer un critère irréfutable. Think tank n'est pas une notion juridique, mais c'est une désignation prestigieuse (d'ailleurs très liée à ses origines américaines et à son évolution historique). Sous cette étiquette peuvent prospérer toutes sortes d'institutions certes liées à la recherche et la réflexion, mais recouvrant parfois de simples collectifs d'experts, des communautés de croyance cherchant à promouvoir leur idéologie, voire des groupes d'intérêt qui recourent à l'arme intellectuelle pour renforcer leurs positions. Et quand bien même on parviendrait à se mettre d'accord sur les critères d'originalité de la production, d'indépendance de la recherche, de dévouement au bien commun, d'orientation vers des politiques applicables auxquels devraient répondre les «vrais think tanks», il resterait beaucoup de questions.

La principale tient à l'ambiguïté de la notion. Selon la façon de traduire, un think tank est une « boîte où penser » où un « réservoir d'idées ». Deux points de vue sont possibles sur les fonctions qu'ils remplissent (et que pourraient peut-être remplir d'autres intellectuels collectifs dans un autre contexte culturel, que celui, très américain, des grands think tanks qui fleurissent dans le « triangle d'or », ces quartiers de Washington D.C. où est concentrée toute l'élite politique). Inventer ou fournir des munitions intellectuelles.

Cette fonction peut donc être de produire des idées nouvelles, de l'innovation, de tenter de changer les choses, de prolonger une réflexion qui devrait a priori bousculer les habitudes et les conformismes. Les idées que produisent les think tanks ne doivent en aucun cas être des utopies. Elles sont censées devenir des propositions concrètes et des politiques applicables. Cela suppose qu'elles soient reprises par des intermédiaires, des médias, des administrations, des collectifs... avant de se traduire en action. Du chercheur au décideur, les idées suivent un trajet, de tête en tête, de texte en texte, voire de bureau en bureau. Au cours de ce voyage elles peuvent se transformer, se traduire ; elles doivent s'adapter pour être adoptées. Il leur faut susciter de la croyance, persuader, donc se doter de moyens pour cela. Elles ont à vaincre des obstacles ; des idées concurrentes ou simplement de l'inertie. Dès l'amont, dès leur conception, les chercheurs sont obligés penser à la diffusion, à la promotion et à la réception de l'idée nouvelle. En ce sens, la forme think tank pourrait être une réponse à une nécessité durable, celle de l'action des minorités actives.

Mais on peut aussi considérer les think tanks comme des pouvoirs : ce sont des institutions pesant d'un certain poids sur la décision publique, sans avoir été mandatées par la volonté populaire. Suivant des règles de compétition et d'adaptation, certains exercent une emprise intellectuelle sur les dirigeants, orientent la décision publique. En ce sens, les think tanks font partie des multiples organisations comme les lobbies, les ONG, les associations dites de la société civile, les communautés de croyance ou de conviction qui tentent d'agir sur les détenteurs de l'autorité légale souvent via les médias. Les think tanks exercent de l'influence en concurrence ou en coopération avec d'autres organisations matérialisées. Cela suppose des réseaux, des moyens, des stratégies. Mais aussi un certain rapport avec l'opinion.

Entre mission théorique d'inspirer et capacité pratique de suggérer, les think tanks posent la question de la manière dont une idée devient une force.

Penser, c'est peser

(un article dans Medium n° 14)

extrait de : http://www.huyghe.fr/actu_479.htm

Une idée est un invisible que son trajet rend visible : elle se repère pendant qu'elle passe de tête en tête. Son succès se mesure selon deux critères complémentaires : nombre ou qualité de ceux qui les adoptent (ses « repreneurs ») et mise en application effective. Les deux processus ne vont pas sans altération, interprétation ou adaptation de l'idée primitive, mais ceci est un autre sujet.

Une typologie de ces organisations s'esquisse. Ainsi les missions (1) sont des groupes organisés matériellement (logistique, finances, hiérarchie..) mais aussi moralement (formation spirituelle ou idéologique des prosélytes de la foi, de la doctrine ou de la cause). Ces corps visent à répandre un corpus de croyances et à incorporer les néophytes dans une communauté. Corps + corpus + incorporation = croyants.

Une société de pensée (2) telles qu'elles apparurent à la fin du XVIII^e siècle réunit dans un premier temps de beaux esprits, gens éclairés agréés par cooptation, partageant des valeurs (la raison, le libre examen, le progrès ...). Ces producteurs ou commentateurs d'idées jugent du monde et de la façon de l'améliorer. Ils publient, défendent et popularisent leurs opinions tant qu'elles finissent par exercer une influence réelle sur la politique (par exemple via les clubs de la Révolution).

Des idées et des « boîtes »

Les think tanks - c'est de cette institution (3), née dans le monde anglo-saxon qu'il sera question ici - présentent des caractéristiques (4) qui devraient les distinguer d'un cabinet de consultant, d'un groupe de *brain storming*, d'une commission consultative ou prospective, d'une officine, d'un centre de recherche et développement, d'un club, parti, syndicat, ou autre ONG, Académie, revue, chapelle d'intellectuels, loge.... Dans les milieux dirigeants de Washington D.C. ou de Bruxelles, mais aussi à Londres ou à Berlin, on peut se présenter comme un *think tanker* dans un dîner en ville sans susciter de questions. Guère à Paris (5).

Outre-atlantique, le think tank presque séculaire (6) correspond à une tradition quasi positiviste (celle du « *social scientist* » mobilisant les sciences humaines pour faire progresser la société). Il jouit d'une reconnaissance sociale, médiatique, professionnelle et même fiscale, contribue à la circulation des élites.... Aux USA ou à Bruxelles, les décideurs politiques attendent des think tanks :

- * des informations indépendantes que ne fournissent pas toujours les fonctionnaires,
- * une vision alternative,
- * la synthèse de données surabondantes,
- * des solutions qui recevront un bon accueil médiatique,
- * le label d'une expertise,
- * la capacité de prendre du recul et d'anticiper.

La classe politique américaine que l'on dit chez nous pragmatique (traduisez : fermée aux choses de l'esprit) croit que les idées ont de l'importance (*ideas do matter*). Un think tank peut être appelé à juger une politique ou consulté sur un point controversé. Il contribue à « faire l'agenda » en mettant une question où il excelle au centre du débat.

Divers chiffres circulent : il y aurait 3.000 think tanks dans le monde dont au moins un tiers aux États-Unis pour les uns, plus de mille en tout dont 300 aux USA (centres universitaires ou affiliés exclus) selon d'autres comptabilités (7). Ces organismes dont les budgets peuvent se compter en millions d'euros (en dizaines pour les plus riches) prolifèrent.

En France, la notion suscite soit un rejet (« *un gadget pour américanolâtres !* »), soit un effet mode qui fait que tout nouveau groupe de réflexion cherche à se parer du label prestigieux.

Dans notre pays, mieux vaudrait parler de « Groupes de réflexion et d'influence », terme qui passe dans l'usage . Les «GRI» français regroupent les clubs, fondations ou centres... Certains sont liés à un parti ou à un homme politique, comités de militants intellectuels et boîte à idée du leader... Certains dépendent de l'État et s'apparentent à des comités consultatifs typiques de notre « jacobinisme d'expertise». Certains créent des liens entre des élites politiques, économiques ou universitaires. Des patrons, des syndicalistes, des journalistes, des hauts fonctionnaires, partageant un même souci de « modernité » ou se rattachant aux mêmes « sensibilités » s'y retrouvent. Certains sont des réseaux sociaux avec supplément d'âme : conférences, brochures et thèmes de réflexion. Certains sont les comités d'une revue ou d'une collection. Certains des institutions para universitaires ou des centres de recherche subventionnés...

Si la notion est infiniment plus molle chez nous, think tanks et/ou GRI, elle renvoie toujours à une double notion : idées plus influence. L'influence en question n'est pas celle d'un penseur prestigieux, ni d'une œuvre (ou très marginalement, dans les cas de think tanks engageant des « stars » intellectuelles) ; ce n'est pas celle d'une école en « isme » ni l'influence sociale, au sens de minorités agissantes , dans la dialectique entre les pouvoirs du conformisme et celle de l'innovation.

L'influence des think tanks dépend de facteurs concrets :

- Capacité de financement et d'organisation,
- Recrutement (lui-même fonction d'un budget et d'une image de marque),
- Visibilité médiatique (nombre de chercheurs sont des éditorialistes ou des habitués des plateaux de télévision)
- Puissance éditoriale (*publish or perish !*),
- Réseaux dans l'administration (pour les commandes), l'industrie (pour les fonds) et la classe politique et intellectuelle (pour attirer les meilleurs et trouver des interlocuteurs),...

Dans l'abstrait, les think tanks sont des organisations non-lucratives, permanentes et indépendantes, spécialisées, en situation de concurrence, produisant des idées neuves, rationnelles, applicables. Neuves parce que le think tank est censé inventer des solutions inédites et critiquer les anciennes. Rationnelles parce qu'il doit y parvenir de façon objective. Applicables car destinées à inspirer les dirigeants, pas seulement les critiquer. C'est un pouvoir intellectuel spécifique qui n'a rien à voir avec le pouvoir des intellectuels .

Ce schéma – de la réflexion à l'inflexion – suppose un troisième terme, la promotion. Promotion du think tank, de ses chercheurs et de ses réseaux, de ses résultats, de ses valeurs, de son idéologie, voire promotion du rôle des idées et des think tanks en général, tout cela demande des médias et des médiations.

La plupart des think tanks américains accordent autant de soin à la forme qu'à la qualité (qualité parfois relative : certains travaux sont plutôt des commentaires d'éditorialistes ou de polémistes). Ils pensent *logo, brand* et slogans.

Leur devise pourrait être :

- cosmétique (bien mettre en valeur les idées),
- logistique (les doter des bons moyens),
- balistique (les envoyer au bon endroit).

Des ateliers sémantiques travaillent à formuler des concepts, d'autres aux relations publiques. Il s'agit de relayer les idées jusqu'à leur cible ultime : le cerveau du décideur. La fonction de traduction est aussi cruciale que la capacité de fournir des munitions aux hommes politiques, propositions et arguments disponibles « juste à temps ». Certains think tanks produisent des rapports au format de thèses, d'autres des émissions de télévision. D'autres éditent des feuillets A4, d'une longueur calculée sur le temps de lecture d'un élu en voiture entre l'aéroport Kennedy et le Capitole. On se doute que cela ne va pas sans simplifications.

Entre Académie et le marketing

Certains critères devraient donc caractériser think tanks, surtout américains (référence en la matière) :

- Professionnalisme : un chercheur ne rencontre pas ses collègues dans un dîner-débat, ni ne verse de cotisation ; il n'est pas détaché par une administration le temps d'un rapport. Il va au bureau, perçoit un salaire. Il contribue à des propositions qui porteront le label du think tank. Il consacre une grande part de son activité à trouver des financements. Il est spécialisé, qui dans la politique étrangère (voire dans une zone géopolitique), qui dans l'économie, le réchauffement climatique, la société de l'information... Un think tank vaut par ses disciplines pas par ses disciples.
- Financement : pas d'argent pas d'idées. Ce dernier provient de plusieurs sources : produits (publications, conférences, réponses à des appels d'offre), dons et subventions. Ces dernières peuvent être publiques, privées, provenir d'entreprises ou de fondations mais de simples particuliers qui peuvent contribuer dans un esprit presque militant. Aux États-Unis un article du code fiscal rend déductible des impôts une donation à un think tank, au même titre qu'à une organisation « philanthropique ». La pluralité des financements doit assurer l'indépendance de cette institution à but non lucratif, qui ne dépend ni de l'État ni de l'Université.
- Stratégie indirecte. Un think tank ne cherche pas à conquérir le Pouvoir avec majuscule comme un parti. Sa méthode est doublement indirecte : la préconisation (changer la décision) est renforcée par la propagation (changer la *doxa*, peser sur les idées dominantes).
- Souci du Bien Commun. Même s'il vend des prestations, le think tank doit être au service de valeurs universelles (un credo souvent formulé de façon vague: agir pour la paix, améliorer les politiques économiques, sociales ou militaires, élaborer des scénarios pour maîtriser le futur...). Cette vocation «altruiste» lui interdit théoriquement de servir des intérêts particuliers ou de conseiller exclusivement le Prince.

Mais cet idéal-type recouvre bien des ambiguïtés. Sémantiques d'abord : « think tank » est une expression d'origine militaire (un bunker où préparer les plans de bataille à l'abri) et sa traduction est équivoque : une boîte où penser, ou bien un réservoir où puiser des idées. Selon la métaphore choisie— concentration de compétences ou flux d'idées depuis une source – l'accent est mis sur l'un ou l'autre des deux temps du moteur : invention et inspiration.

Le think tank doit à la fois *faire différence* (meilleures propositions que la «concurrence»), *faire impression* (d'où un certain marketing des idées) et *faire faire* (leur mise en œuvre).

Cela soumet les chercheurs à une double contrainte. D'une part, ils font sinon de la science (un discours qui s'imposerait par la seule force de la démonstration), mais du moins se réfèrent aux critères d'une communauté d'égaux (les experts). Ils doivent poser des questions inédites, dérangeantes, rendre compte de la complexité des choses, argumenter. D'autre part, leurs « produits » ne sont destinés ni à contribuer aux progrès du Savoir pur, ni à être transmis aux générations futures par l'enseignement, ni à montrer leur belle âme d'intellectuels critiques. Leurs idées sont adaptées/adoptées par les décideurs.

D'où une tension entre forme et nature des productions. Cela renvoie pour une part à un problème classique (information contre communication). Mais le problème tient aussi à la relation qu'entretiennent idées, valeurs et intérêts. La fonction des think tanks est-elle idéologique ? L'idéologie est souvent définie comme la projection de valeurs sous forme de justifications rationnelles ou comme la traduction d'intérêts particuliers en discours aux visées prétendument universelles.

Or les think tanks mobilisent des dispositifs au service d'une stratégie d'action indirecte. Cela au nom de quelques postulats implicites passablement idéologiques eux-mêmes : la science aide à mieux gérer la société, les problèmes politiques sont des problèmes techniques, les conflits de pouvoir peuvent être évités par l'accord sur de « bonnes solutions » ...

Au final, le think tank est un objet flottant dans un triangle des Bermudes. Ses trois côtés sont constitués par

- 1) les groupes d'intérêt,
- 2) les sociétés de pensée militant pour le Vrai, le Bien, le Juste et
- 3) les cabinets de consultants purement techniques.

Tentés de défendre les intérêts de leur commanditaire, de produire des projets idéaux et de fournir des réponses (problem solving), les chercheurs se situent quelque part entre mercenaires intellectuels et Sages éclairant la République.

Notamment aux USA, il existe des think tanks dont les critiques contestent à juste titre:

- Le professionnalisme (certains engagent des personnalités davantage pour leur réputation ou leur surface médiatique que pour leur production intellectuelle)
- L'indépendance financière (soit qu'ils dépendent de commandes étatiques, soit, au contraire, qu'ils soient liés à de grands groupes industriels ou financiers)
- Le caractère purement intellectuel de leur activité. Aux USA leurs chercheurs peuvent se trouver un jour au gouvernement ou dans une agence fédérale, à un haut poste universitaire ou dans une entreprise, retourner pantoufler dans un think tank, et faire des allers et retours au cours d'une même carrière. Par ailleurs, certains surtout dans le camp républicain s'affichent comme les intellectuels organiques du parti républicain, des machines à conquérir le pouvoir culturel qui leur échappait dans l'Université, et dans les médias « libéraux ». Du coup, la différence entre valeurs et idées est délibérément estompée et les réponses tendent à précéder les questions. Sur le site d'Heritage, on peut trouver une rubrique consacrée aux bienfaits « scientifiquement prouvés » de la chasteté, ce qui ne se rattache pas exactement à la recherche pure.

Les think tanks états-uniens ont, du reste, une histoire déjà longue où se distinguent classiquement trois périodes. Celle des « universités sans étudiants » (grandes fondations d'avant-guerre), celle des think tanks plus « techniques » dont le prototype est la *Rand Corporation* spécialisées dans des commandes publiques après 1947 et enfin celle des think tanks militants, menant une conquête « gramscienne » du pouvoir culturel. Les conservateurs

surpassent largement les démocrates. De 1970 à 2000 le nombre de think tanks a quadruplé aux États-Unis, les deux tiers s'affichaient clairement à droite.

Du coup on prête aux think tanks néo-conservateurs un plan de conquête du monde par contamination idéologique. C'est une exagération – péchant par idéalisme et conspirationnisme - d'un phénomène incontestable : la guerre des idées menée sans complexes.

- Le souci de l'intérêt public Quand des think tanks financés par des compagnies pétrolières contestent le réchauffement climatique ou les diminutions de consommation d'énergie, la question de leur désintéressement se pose. Les propositions de politique environnementale de *Property and Environment Research Center* (PERC) ou de la *Foundation for Research on Economics and the Environment* (FREE) qui inspirent l'actuelle administration soutiennent des thèses qui coïncident avec les intérêts de leurs financiers. Dans certaines listes de think tanks, figurent avec des associations féministes ou écologistes, la *National Rifle Association* ou la *National Association for the Advancement of Coloured People*. Or on peut aussi douter que la défense des possesseurs d'armes à feu ou la lutte contre les discriminations au logement demandent des travaux si savants...

La différence entre un think tank et un lobby est parfois problématique. En principe le second exerce une activité protégée par le premier amendement de la Constitution à condition de ne pas recourir à la corruption et de déclarer le nom de ses clients. Il est censé agir pour obtenir des décisions publiques conformes aux intérêts de ses commanditaires Les lobbyistes s'adressent aux décideurs, certes pour négocier ou solliciter (notamment en leur rappelant que leurs mandants sont aussi des électeurs) mais aussi pour proposer et démontrer. Ils doivent présenter de bons dossiers et prouver que la cause qu'ils défendent ou la loi qu'ils réclament s'appuient sur l'autorité de la science, de la raison et de l'intérêt général. Il devient difficile de distinguer ces plaidoyers intéressés mais argumentés (les Américains parlent alors de *advocacy role*) des « solutions » des think tanks authentiques. Où passe la frontière entre cette rhétorique et celle du chercheur, dont les convictions se trouvent être favorables à certaines industries qui, par hasard, se trouvent le financer ?

Le trajet des idées

Intellectuel collectif ne vaut pas dire anonymat des membres. L'ascendant des think tanks est lié à des noms connus . Certes, il y a des personnalités que l'on peut soupçonner de pure figuration : le think tank qui a engagé l'ancien président Gérald Ford ne l'a sans doute pas choisi après lecture de sa thèse de doctorat. Mais souvent, un think tank vaut ce que valent ses vedettes, sans qu'il soit toujours possible de distinguer leur poids comme personnes et comme membres du collectif.

Comment séparer Alvin Toffler essayiste du chercheur de la Rand ? Madeleine Albright ancienne Secrétaire d'État et enseignante à l'Université de Georgetown de la chercheuse de CSIS ? Claude Bébear président d'Axa et président de l'Institut Montaigne ? Comment distinguer le prestige ou les réseaux de l'ancien ministre Jacques Delors de ceux du président de Notre Europe ?

Reste un problème de fond. L'existence d'une stratégie d'influence n'implique pas influence effective ni vice-versa. Qu'il y ait eu guerre en Irak ne prouve pas qu'elle ait été faite uniquement pour complaire quinze intellectuels du PNAC (*Project for a new american century*), même si certains sont devenus secrétaires d'État entre temps. Que la Société du Mont Pèlerin fondée par Hayek en 1947 ait rassemblé l'élite des économistes antikeynesiens et essaimé des

centaines d'instituts libéraux à travers le monde ne lui vaut pas le mérite (ou la responsabilité) de la grande vague néo-libérale.

Même le fait que la proposition d'un think tank ressemble à une réforme appliquée ne démontre pas forcément un lien de causalité. Certes, il est des cas qui ne laissent guère de doute : ainsi, lorsque Reagan, élu en 1981, appliquait presque point par point *Mandate for leadership* programme de mille pages de Heritage où il recrutait une partie de son équipe(11). Existe-t-il un lien aussi simple entre la politique économique de Clinton et le *Progressive Policy Institute* ? la réforme de la sécurité sociale de G.W. Bush et les travaux de *Cato* et *NPCA* ? le monétarisme des gouvernements Reagan et Thatcher et le *Manhattan Institute* ? la doctrine de Révolution dans les affaires militaires de l'*US Army* et les travaux de la Rand ?

Pour prendre nos exemples en France, le fait que des candidats aux élections présidentielles se soient référés en leur temps qui à la « fracture sociale », qui à la « démocratie participative » les rattache-t-il à certains cercles de recherche ? Jusqu'à quel point la Fondation Saint Simon qui fonctionna de 1981 à 1999 fit-elle entrer dans le « cercle de la raison » (d'autres disent dans la « pensée unique ») les élites françaises ? L'institut Montaigne se félicite que « 13% de ses 400 propositions » aient été discutées au Parlement, est-ce à dire qu'il remplace l'initiative parlementaire à hauteur de 13% ?

Il est difficile de répondre : les réformes purement « traçables » (celles que l'on peut rattacher de façon certaine à sa source intellectuelle) sont rares. Il n'y a pas des idées qui seraient énoncées puis adoptées de façon binaire. Il existe un processus de relais, négociation et reformulation des thèmes lancés par un ou des think tanks. Donc une synergie avec des idées dominantes et des organisations qui les défendent, un environnement mental où elles interagissent. Les think tanks sont, par exemple, concurrencés par les ONG (qui, elles, sont censées défendre une cause par l'action spectaculaire sur le terrain et par l'appel moral à l'opinion). Ils le sont aussi par des organisations dites de la société civile. Ainsi des textes du conseil scientifique d'Attac ou un rapport d'une ONG sur le réchauffement climatique ne diffèrent guère des travaux de think tanks ou du moins jouent le même rôle.

En ces temps où le politique se décharge du fardeau de la décision sur les experts et les autorités morales, les commissions ad hoc prolifèrent. « Grand sujet de société » après problème urgent, tantôt présentant l'état de la science, tantôt représentant « la société civile », moitié « forum des forces vives », moitié « groupe des sages », cette *adhocratie* court-circuite largement la représentation nationale. La décision politique est en quête d'un impossible consensus : l'accord de l'Expertise (pour l'efficacité et la précaution), de la Morale (dans un processus où le droit remplace le pouvoir) et de la Communication (les vrais problèmes des vraies gens). Dans ce passage des démocraties d'autorité aux démocraties d'influence, le think tank pourrait être un des formes typiques montantes de la nouvelle « gouvernance » (12).

Notes :

1) Voir Cahiers de médiologie N° 17, Fayard, 2004, voir sur le site <http://www.huyghe.fr>

2) Voir l'article sur Augustin Cochin dans Medium n° 13, 2007

3) Pour simplifier nous nous n'avons pas mis de références pour chacun des think tanks que nous citons. Mais tous possèdent des sites dont on trouvera facilement des listes comme Wheretotdoreserach.com. Pour l'Europe, voir . Il suffit de visiter le site du think tank pour y découvrir ses objectifs affichés, son budget, ses productions, le nom de ses chercheurs...

4) Voir notre définition

5) Voir le rapport Floch à l'Assemblée Nationale de 2004 téléchargeable : La présence et l'influence de la France dans les institutions européennes

6) Suivant les cas, on considère que le premier think tank fut la Société des Fabiens (Grande-Bretagne 1884) ou la fondation Carnegie (USA 1910)

- 7) Voir S. Boucher et M. Royo, *Les think tanks Cerveaux dans la guerre des idées*, Le Félin 2007. Il existe des annuaires de think tanks sur papier (comme l'Annuaire mondial des think tanks du *National Institute for Research Advancement*) ou numériques et même un Observatoire Français des think tanks
- 8) L'expression est de P.E. Moog dans son livre très éclairant : *Les clubs de réflexion et d'influence* 2006-2007 L'Expansion 2006
- 9) Serge Moscovici, *Psychologie des minorités actives* PUF 1991
- 10) Voir idées, intérêts, influences
- 11) Voir D. Abelson *Do Think Tanks Matter ? Assessing the impact of Public Policy. Institutes*. McGill Press 2002
- 12) Voir la définition de cette notion par Paul Soriano dans Medium n° 12

Société d'influence

Think tanks, lobbies, ONG,

http://www.huyghe.fr/actu_303.htm

L'influence est une stratégie indirecte et asymétrique multiforme, recouvrant une large gamme d'actions dans le domaine des idées, des images, des intérêts, des valeurs... elle est surtout une force majeure face aux autorités traditionnelles comme l'État. La prolifération des groupes qui s'y consacrent est frappante.

La notion est dans l'air du temps : elle bénéficie même d'un effet de mode. En géopolitique qui ne préférerait l'influence (d'autres diront : le soft power, la diplomatie publique (*public diplomacy*), le multilatéralisme et la négociation...) à une stratégie de puissance dont chacun mesure les limites en Irak ? Idem en économie. Inversement, d'autres attribuent aux influences idéologiques ou culturelles un rôle inquiétant : elles expliqueraient le processus par lequel des groupes dominés adoptent des attitudes qui ne sont pas conformes à leur nature ou à leurs intérêts.

Dans le discours du management moderne, tout ce qui touche à l'autorité, à la hiérarchie, au commandement réclamant l'obéissance est dévalorisé comme archaïque. Le dirigeant moderne aime au contraire se définir comme un animateur d'équipe, capable d'écouter, de motiver et de mobiliser autour d'un projet, persuasif et réactif, communicant et stimulant... Il se plaît à croire qu'il négocie plus qu'il n'impose. D'où l'apologie du leader qui fait éclore des talents et des enthousiasmes là où les « chefs » devaient contraindre et ordonner.

Mais la manifestation la plus visible de l'influence est la prolifération d'organisations spécialisées. Des gens qui vont au bureau tous les jours sont payés en tant que professionnels de l'influence.

Les organisations pour lesquelles ils travaillent peuvent être étatiques. En ce domaine, les États Unis semblent particulièrement décomplexés puisque, là-bas, l'observateur voit apparaître ou disparaître suivant les époques un Bureau d'influence stratégique, un sous-secrétariat à la diplomatie publique ou une agence d'information s'adressant directement aux peuples et non aux gouvernements (*U.S. Information Agency*) tandis que l'armée pratique les « opérations psychologiques » et que les « *spin doctors* » chargés d'agir sur l'opinion ont pignon sur rue. Les Français reconnaîtront bien plus difficilement que les Alliances françaises (créées pour restaurer le prestige culturel de notre pays après la défaite de 1870) ou la chaîne internationale France 24 soient des outils d'influence.

Laissons pour le moment les structures étatiques, traitées par ailleurs sur ce site, et considérons les **organisations de droit privé de type "relations publiques"**

Certaines vendent de l'image, celle d'un produit, d'une marque ou d'un homme (voire d'un pays ou d'une cause). Elles se nomment agences ou services de publicité, de marketing, de communication ou de relation externes ou publiques... Leur travail est de dire du bien de qui les paye et de convaincre des « cibles » à travers les médias ou hors médias. Dans la mesure où elles tirent officiellement profit de cette activité, ne se cachent pas d'avoir plusieurs clients et vantent leur expertise à convaincre, il n'y a aucune ambiguïté. L'influence est bien leur métier avoué.

La question devient plus obscure quand des officines se mêlent de déstabiliser ou d'instaurer un concurrent, un adversaire par des attaques informationnelles. Le travail commence alors à ressembler à de l'intoxication, de la désinformation, de la calomnie... D'autant qu'en ces

occasions certaines des ces officines empruntent souvent des masques et n'agissent plus à visage découvert. La morale peut et doit y trouver à redire, mais la logique reste claire : même si leur action n'est pas publique, elle est toujours publicitaire. En effet, il s'agit de faire partager une opinion par des messages séduisants et persuasifs. Par commodité, appelons ce secteur celui de «la com».

Un second type d'organisations intervient pour répandre non plus seulement un jugement favorable ou défavorable mais aussi pour obtenir une décision d'une autorité conforme à un intérêt. Nous sommes entrés dans le **domaine du lobbying**. Il suppose de la «com» telle que nous venons de la définir, mais aussi de la négociation (promesses et menaces faites aux élus, par exemple d'aider au financement de leur prochaine campagne, ou, au contraire d'inciter une catégorie d'électeurs à ne plus voter pour eux).

Le lobbying passe par d'autres formes d'action : procès, manifestations de rue, campagnes de presse, corruption... comme par des stratégies plus douces: aider une administration à prendre la décision que l'on espère en s'appuyant sur un dossier très clair et sur des avis d'experts prestigieux, passer des alliances avec d'autres groupes sociaux, faire passer des articles dans la presse et intervenir des personnalités.

En principe la ligne rouge devrait passer entre s'exprimer et promettre ou menacer, entre plaider et négocier. Dans la pratique, il n'est pas si facile de distinguer ce qui sépare « faire » et « dire » (encore faudrait-il décider quel type de discours peut légitimement tenir le lobbyiste, à quels critères de sincérité, de véracité, de bon usage des moyens, il est tenu).

Le lobbying ne consiste pas seulement à délivrer le bon message, celui qui emporte la conviction. Il n'est pas la réduction à l'échelle artisanale des deux grandes stratégies informationnelles directes, la publicité et la propagande.

Il exige d'identifier l'information nécessaire, les lieux et les synergies de pouvoir. Il faut enfin être en mesure d'échanger, négocier : non seulement il est souvent pratiqué par des intermédiaires rémunérés et il agit par contournement et suggestion, mais surtout, en son principe même, le lobbying n'atteint le but qu'il s'est fixé (avantage politique ou économique) qu'en changeant les règles du jeu. Voire en pervertissant le mécanisme de la décision démocratique qui ne devrait être guidée que par le Bien Commun.

Globalement, le lobbying est une méthode d'inflexion : il applique une pression là où elle est le plus efficace et là où elle peut faire dévier dans le sens voulu une force supérieure (le plus souvent celle de la loi). Son objet est souvent plus précis que celui de la simple « com » (il s'agit d'obtenir l'adoption de tel règlement ou le refus de tel projet de loi), mais ses stratégies bien plus vastes. Elles sont différemment appréciées suivant les pays.

Aux USA, le lobbying est admis voire encouragé au nom de deux amendement de la constitution : celui qui porte sur le droit d'association, et celui qui défend la liberté d'expression. Le système américain intègre le lobbying au processus législatif sous certaines conditions : transparence financière, déclaration explicite (le lobbyiste doit clairement s'identifier comme tel). En France lobbying évoque corruption ou trafic d'influence. Parler d'un lobby, c'est proférer une injure. Chez nous le lobbyiste représentant d'intérêts catégoriels est a priori suspect de corrompre le politique et le service public. Une mentalité qui est loin d'être partagée par le reste de l'Europe

Troisième type d'organisation vouée à l'influence : le **think tank**, dont il a souvent été question sur ce site. Rappelons que les think tanks produisent certes des idées, si possible pertinentes et originales en faisant travailler ensemble des experts de divers domaines. Mais ils le font dans une perspective pragmatique : influencer la décision publique. Un think tank n'est pas censé rechercher le savoir pour le savoir, ni contribuer à l'avancement de la science dans tous les

domaines. Les analyses, anticipations ou propositions qu'elle fournit doivent inspirer le décideur politique.

Du reste, nombre de think tanks sont sollicitées par l'État ou d'autres instances politiques pour des rapports et des solutions à des problèmes politiques, économiques, sociaux ou stratégiques concrets et urgents.

Cette ambition d'apporter les solutions justes au nom d'une rationalité et d'une indépendance reconnues peut dissimuler des fins moins nobles. Certains think tanks, notamment aux USA avouent chercher à propager et faire mettre en œuvre les valeurs qu'elles proclament et l'idéologie qu'elles élaborent. Parfois, leurs membres acceptent de jouer un rôle d'avocats de mesures et de doctrines politiques. Ils cherchent à influencer les décideurs par des contacts personnels (ou en participant à un processus de circulation des élites agissant tantôt dans des centres de recherche, tantôt aux affaires) mais aussi à agir sur le public par des publications ou des apparitions médiatiques. Et ils ne sont pas forcément indifférents aux intérêts de qui subventionne leurs recherches.

Ainsi, aux États-Unis, leur patrie d'élection, la notion semble bien précisée par la loi, notamment le code fiscal, et entérinée par une reconnaissance de fait de leur rôle et de leur statut (par les autorités politiques, les médias, les milieux de la recherche...). Pourtant, les think tank ont évolué. Usuellement, on distingue trois périodes :

- 1) celle des « universités sans étudiants » d'avant-guerre, vouées à la recherche pure surtout dans le domaine de la politique étrangères et des grandes réformes
- 2) celle des experts conseillers et inspirateurs (dont la Rand fondée en 1947 est l'archétype) fonctionnant largement sur des contrats gouvernementaux
- 3) celle des think tanks idéologisées (domaine où les Républicains ont excellé, menant un programme de reconquête par les idées dès les années 70) dits de troisième génération. Certaines de ces institutions sont non seulement des « *advocacy tanks* » mais aussi des « *media tanks* » : elles cherchent bien davantage à promouvoir une politique auprès de l'opinion publique qu'à faire de la recherche pure.

Mais le think tank n'est pas un monopole américain. Au contraire, ils se développent dans beaucoup de pays. L'Europe est un terrain d'élection pour de nouveaux think tanks, souvent liés à des hommes politiques de stature internationale, et qui tentent d'encourager la construction européenne et d'influer sur sa direction par leur capacité de suggestion et proposition.

Par ailleurs, l'étiquette « think tank » recouvre souvent des organisations qui – certes avec des arguments théoriques et au nom de leur expertise – sont soit des relais de la politique (notamment étrangère) de leur gouvernement, soit encore d'intérêts privés (même si, sur le papier, il ne devrait rien avoir de commun entre un lobby et un think tank). Le think tank tend toujours à se situer entre un centre de recherche pur, une « société de pensée » au service d'un idéal voire d'une idéologie, un groupe d'intérêt cherchant à influencer sur les normes ou la législation, voire même une ONG intervenant directement pour interpeller gouvernements et OIG, pousser des réformes et des revendications au nom d'une cause.

Le cas de la France est un peu particulier. Pour diverses raisons (relations avec l'État, traditions culturelles, rôle des intellectuels et pratiques des élites, rapports avec la politique...), le modèle du think tank est peu développé (certains disent même qu'il n'y a aucun vrai think tank dans notre pays, ce qui est exagéré). En revanche il existe un multitude d'organisme de recherche semi-publics consultés par l'État, de clubs de réflexion plus ou moins politisés, certains liés à un parti, de fondations où se retrouvent les élites économiques, syndicales, politiques, universitaires..., rassemblées autour d'une vision de la société, de cercles liés à une revue ou à une collection éditoriale, d'instituts apportant leur expertise technique pour analyser l'actualité, de conseils scientifiques produisant des idées pour des organisations dites de la « société civile ».

Ces groupes de recherche et d'influence ont tous en commun de vouloir non seulement animer le débat d'idées, mais aussi de voir leurs suggestions un jour mises en œuvre, qui par l'État qui par le monde de l'économie.

Quatrième élément : la montée des ONG et des associations dites représentatives de la société civile. Elles affirment parler au nom de valeurs universelles (par exemple l'écologie ou les droits de l'homme) mais se spécialisent dans une cause adressant des revendications au politique sans prétendre exercer un jour le pouvoir comme le font les partis. Or leur action de protestation appelle souvent de stratégies de réfutation qui, à leur tour, demandent de l'expertise pour évaluer des dangers ou contester le discours des États ou des entreprises sur l'économie, l'écologie, l'usage des technologies au nom d'intérêts universels, etc.. Les ONG se dotent de structures de réflexion et d'évaluation, voire énoncent une doctrine.

Elles ne négligent pas non plus les relations avec le public pour solliciter son aide financière, recruter des militants, le convaincre de la justesse de leurs demandes, répandre certaines idées, prôner certaines solutions, lui demander de faire pression sur l'État, ou l'entreprise etc.

Dernier élément : les ONG agissent soit pour s'opposer aux États (manifestations, contre forums, dénonciations d'atteintes aux droits de l'homme, interventions auprès des organisations internationales, actions « exemplaires » de type blocage d'un convoi de déchets nucléaires ou fauchage de plantes transgéniques). À d'autres moments, elles tendent à se substituer aux États défaillants (par exemple en internant en cas de catastrophe humanitaire) ou à leur imposer leurs principes (intervention humanitaire, bonne gouvernance, développement durable). L'utilisation des médias s'inscrit dans la stratégie des ONG : elles leur offrent des images spectaculaires et des discours rassembleurs (puisque théoriquement guidés par le souci moral ou l'urgence des périls).

Résumons. La com agit par le message pour promouvoir des choses ou des gens. Le lobbying agit par ses réseaux et ses moyens de persuasion et de pression pour traduire des intérêts particuliers en choix publics. Les think tanks agissent sur le public et les décideurs par la production d'idées, de catégories mentales, de scénarios ou de suggestions. Les ONG agissent sur le public et sur les décideurs pour obtenir des comportements en faveur de valeurs incarnées par des causes et requérant des actions concrètes...

Bien entendu, le lecteur n'aura guère de mal à critiquer ce schéma tout théorique. Les lobbies font aussi de la com, travaillent parfois comme des think tanks et les intérêts qu'ils défendent peuvent être des intérêts très généraux ou très idéologiques comme les ONG. Les ONG sont productrices d'idées comme les think tanks, habiles aux stratégies d'image comme le secteur de la communication, capables d'agir sur les décideurs pour en obtenir des mesures comme les lobbies. Et ainsi de suite...

Et, de fait, il devient de plus en plus difficile de distinguer intérêts, valeurs, idées ou idéologies, images...., quand toutes se traduisent au final par des mouvements d'opinion, par un contrôle sur les représentations de la réalité qui prédominent via les médias ou par des exigences adressées aux acteurs politiques et économiques.

Mais dans tous les cas, l'influence se révèle comme une force majeure en œuvre dans nos sociétés dites de l'information, comme la matrice des stratégies indirectes ou de contournement qui –pour le meilleur ou pour le pire - ont réduit les formes anciennes de l'autorité souveraine à un nostalgique souvenir.

Think tanks : USA et France

Innovation, influence, réseaux, pouvoir

http://www.huyghe.fr/actu_390.htm

..

Les think tanks sont à la fois des centres de pouvoir intellectuel, d'influence, d'inspiration des politiques. Entre diffusion des idées, défense des intérêts, promotion d'une idéologie, guerre d'idées, expertise indépendante, les frontières sont parfois floues... Mal connus ici (sauf exceptions), surtout concentrés aux USA, créateurs d'opinion en politique étrangère, les think tanks peuvent-ils réussir chez nous?

La notion devient pourtant à la mode, trop peut-être car il ne faut pas nommer ainsi n'importe quel groupe de réflexion d'universitaires, de décideurs ou d'intellectuels qui se réunit mensuellement pour parler réchauffement de la planète ou fiscalité... ou tout club travaillant au programme d'un parti.

Cette évolution renvoie à deux éléments :

- Le prestige des grands think tanks américains, les noms célèbres et les ouvrages à succès qui y sont associés (voir plus loin)
- Le besoin que ressent notre pays, d'un discours d'expertise, hors des schémas politiques étatiques et technocratique. Voir le succès de toutes les associations qui critiquent la politique et proposent de l'améliorer à partir de chartes, propositions, évaluations «non partisans». Bref l'intérêt dans notre pays pour les Think tanks est à rapprocher de la montée de la «société civile» ou de la démocratie de contrôle, désireuse de ne pas laisser à la politique le monopole du savoir et de la décision.

Boîtes où penser, réservoirs à idées

Raison de plus pour revenir aux sources :

Aux USA, les think tanks - littéralement "pensée + boîte" ce qui peut vouloir dire aussi bien "boîtes où penser" (comme un bunker, puisque l'expression est d'origine militaire) que "réservoir où puiser des idées" - sont :

- Des institutions permanentes privées (souvent de type fondation)
- Vouées à la recherche et à la production d'idées nouvelles (donc pas à la transmission d'une culture ou d'une science déjà constituées)
- Nombreuses (peut-être 1.500 aux États-unis) et très visibles dans le paysage politique et intellectuel
- Débouchant indirectement (indirectement implique : sans former un parti, prendre le pouvoir, exercer une autorité...) sur des mesures politiques concrètes (p.e. : consultations, anticipations, rapports destinés à des gouvernants ou à des décideurs économiques, diffusion d'idées aboutissant à une nouvelle législation ou à une nouvelle stratégie d'État, propositions...)
- Ayant des équipes permanentes de chercheurs (donc n'étant pas constituées de militants, de personnalités ou d'auteurs qui se réunissent de temps en temps pour un comité)

- N'exerçant en principe de pouvoir que par l'originalité et la force de conviction de leurs idées (même si certaines ont aussi une influence de fait par leurs réseaux relationnels)
- Plus ou moins spécialisées dans un domaine de compétence et mettant en relief des valeurs dont elles cherchent la réalisation (soit un principe très vague comme la paix et le progrès, soit un véritable contenu idéologique)
- Se vouant, en principe, au Bien Commun de façon désintéressée (même si en réalité, certaines défendent les intérêts privés économiques de groupes de pression ou encore des intérêts « idéologiques » de courants de pensée)
- Dont l'enseignement ou la recherche purs ne sont pas l'activité principale
- Publiant, fournissant souvent de l'expertise aux médias sous forme de commentaires de l'actualité (les Américains parlent de media tanks pour celles qui privilégient cette fonction)
- Recevant
 - soit des fonds privés (provenant de fondations, d'entreprises de particuliers),
 - soit des fonds publics (sous forme de commandes d'études),
 - soit vendant leurs prestations (de conseil et évaluation, leurs publications),
 - soit, le plus souvent, les trois. Ceci fait contraste avec France où elles n'ont pas de statut légal ou fiscal spécifique. Par exemple rien de comparable chez nous, en dépit de récentes améliorations fiscales, à l'article 501 de la loi américaine qui permet de défiscaliser les dons fait aux think tanks au titre de la « philanthropie ». Cela permet notamment des dons militants à des centres de recherche correspondant aux valeurs des donateurs.
- Facilitant les carrières (universitaires, dans le business, au gouvernement..) de ses membres, repérant des jeunes prometteurs
- Accueillant des personnalités prestigieuses (éventuellement pour pantoufler en cas de renversement de majorité)
- Souvent consultés par l'État, les administrations locales ou les grandes agences pour choisir ou évaluer leurs politiques ou pour des auditions par le Sénat
- Pour certains ayant un rôle idéologique avoué (*advocacy tanks* produisant des idées et propositions au service de principes, valeurs et courants politiques bien affichés). Exemple indépassable : Heritage à Washington qui a inspiré les politiques de Reagan et des Bush père et fils ou le *Project for a New American Century* qui est très largement à l'origine de la « guerre préventive » de GWB contre l'Irak). Les néo-conservateurs sont très forts à ce jeu.

Tout le monde est d'avis que «think tanks» est terme « intraduisible » et que c'est une réalité surtout américaine à comprendre surtout à partir du modèle US.

Toute définition des think tanks mêle les éléments suivants quitte à leur donner un sens très différent :

- Un certain rapport avec la connaissance, donc avec ses producteurs
- Un certain rapport avec l'argent donc les intérêts
- Un certain rapport avec la politique donc avec le pouvoir effectif
- Un certain rapport avec le bien commun donc avec l'idéal

Pour le dire autrement : les think tanks sont toujours quelque part entre trois côtés d'un triangle.

- Expertise pure « à la demande » : solution, proposition, consultation, anticipation : répondre à des besoins et question du décideur politique et économique. Dans ce rôle, ils ressemblent à des cabinets de consultants
- Traduction des demandes à l'égard des autorités et plaidoyer pour des solutions (souvent favorables au commanditaire), ce qui peut mener aux limites du lobbying, si les règles de transparence ne sont pas respectées.
- Conviction idéologique : à partir de valeurs ou d'un projet de société (ou d'ordre international) propagation des idées, conquête des dirigeants, faire passer dans les têtes et dans la réalité des systèmes préexistants. Dans cette dernière fonction, les think tanks sont les continuatrices des sociétés de pensée nées au XVIII^e siècle et qui se proposaient de répandre les lumières de la Raison sur l'Univers (ce qui les amena à devenir des clubs politiques).

De la recherche à l'exercice du pouvoir

Second facteur important : l'évolution historique. La notion de Think Tanks a évolué surtout dans sa patrie d'origine, les USA. Suivant les époques ce sont :

D'abord des « universités sans étudiants » vouées à l'ingénierie sociale (censés produire des projets de réforme scientifique à finalité économique et sociale), des fondations portant souvent le nom du philanthrope qui les a créées « pour le bien de tous », pour une action hors appareil politique : Russel, Rockefeller, Carnegie, Hoover, Brookings. L'optimisme du New Deal et l'espérance d'une gestion plus rationnelle de l'économie et des problèmes sociaux ont contribué à leur éclosion.

Seconde phase : des grands centres de méthodologie et de futurologie vivant des contrats avec des administrations, et dont la RAND est l'archétype après 1945 ou encore l'Hudson Institute (très déterminé par la personnalité du futurologue Herman Kahn).

Depuis les années 70 : les advocacy tanks (littéralement les avocates d'une cause) et dont la plupart sont républicaines et très engagées dans la lutte politique et métapolitique (les idées qui sous-tendent les pratiques politiques) : Entreprise, Heritage, Cato, PNAC, CSIS...

Mais la différence n'est pas seulement structurelle ou culturelle. Elle est aussi stratégique. En d'autres termes (et avec quelques exceptions, bien sûr) les think tanks américains accomplissent des tâches que leurs équivalents de ce côté de l'Atlantique ne font pas, font moins bien ou à une tout autre échelle

Une liste non limitative :

- Penser une politique générale dite de PPP «Policy and Position Promotion». En clair, au moins autant qu'à la production de concepts, il faut consacrer des efforts à la diffusion des idées, à leur adaptation publics visés, aux vecteurs médiatiques, politiques et intellectuels, au vocabulaire et au style d'argumentation, à la surface éditoriale..., bref au marketing. Les think tanks consacrent souvent autant d'énergie à financer ces idées (recherche de fonds) ou à les « vendre » (PPP) qu'à les élaborer.

- Penser cette « PPP » à tous les étages », en promouvant ses valeurs, ses propositions, ses publications, sa think tank (et le principe même des think tanks), ses chercheurs (leur visibilité et leur carrière).
- Penser argent pour les idées. La recherche inlassable de fonds suppose de bons fichiers, de bons contacts, de bons réseaux, de bons professionnels...
- Penser médias : avoir son réseau de radios, travailler sur Internet, produire des revues et des livres, avoir des « columnists » stars (des éditorialistes) dans son équipe, fréquenter les plateaux de télévision, éventuellement produire ses propres spots ou ses propres vidéos dans ses propres studios
- Penser data (données, fichiers) : constituer des bases de sympathisants, de donateurs, mais aussi de publications, d'associations..
- Adapter le message aux cibles
- Créer des synergies avec d'autres causes et d'autres associations
- Travailler des milieux spécifiques qu'il s'agisse d'entrepreneurs ou de simples étudiants pour repérer les futurs éléments prometteurs et former les futures élites.
- Jouer « donnant-donnant », ne pas oublier la carrière de ses amis, ni les intérêts de ses donateurs
- Rentabiliser son prestige, être des « go to » institutions où il est bon de venir à des conférences et de rencontrer des gens.
- Trouver des relais médiatiques pour « vendre » leurs nouveaux produits, comme, pour les néo-conservateurs, les éditorialistes de Fox News et des médias du groupe Murdoch
- Pour les plus influents, produire des « blueprints », de véritables programmes pour les futurs présidents (comme ce fut le cas pour Reagan avec la très longue liste de mesures à prendre que lui avait remis Heritage).

Si, en France, nous nous considérons volontiers comme un peuple d'intellectuels, ou du moins un pays où les intellectuels ont énormément d'influence, les Américains se souviennent souvent de l'idée du « Pouvoir des Idées », le slogan d'une think tank, justement.

Les experts des think tanks sont souvent définis comme courtiers en idées, catalyseurs d'idées, concurrents dans la lutte des idées, cerveaux en guerre. Les idées en question peuvent en réalité recouvrir des innovations et suggestions, des avis utiles, des connaissances rares, des données utiles à la décision, des théories ayant valeur explicative, des scénarios ayant valeur prédictive, des discours ayant valeur persuasive...

Donc les idées des think tanks demandent pour vivre et prospérer : de l'argent (frais de production), de l'organisation (institutions et réseaux), des circuits de distribution (vecteurs) ; et au bout du circuit des utilisateurs équipés pour recevoir et les exploiter.

Mais surtout les flux sont parfois « traçables » : il est possible de remonter d'une mesure politique effective à la think tank qui l'a inspirée, des résultats aux sources. Voici une petite liste communément admise (même si nous ne garantissons qu'elle ait chaque fois bien identifié le « primo géniteur » de l'idée) :

- La réforme de l'aide sociale de L.B. Johnson et sa « grande société » : l'Urban Institute
- La futurologie des années 70 Hudson Institute
- Méthodes d'évaluation des coûts, d'anticipation, d'emploi des ordinateurs, de théorie des jeux, appliquées y compris dans la stratégie atomique : Rand
- Révolution dans les Affaires Militaires, une grande partie des choix stratégiques de l'US Army (surtout aviation) : Rand
- La politique de la ville de Giuliani, le monétarisme de Reagan et Thatcher : Manhattan Institute
- Le succès des idées libérales de Mises, Hayek et autres, Heritage et Société du Mont Pèlerin
- La politique de Margaret Thatcher, l'Adam Smith Institute et l'Institute of Economic Affairs
- La « flat tax » appliquée dans des pays de l'Est : Hoover Institution
- Le programme de Ronald Reagan : les propositions de Heritage dans Mandate for leadership
- Celui de Bill Clinton dans une moindre mesure : *Progressive Policy Institute*
- Politique environnementale de Bush : *Property and Environment Research Center* (PERC) et *Foundation for Research on Economics and the Environment* (FREE).
- Guerre en Irak : *Project for a New American Century*
- Réforme Bush de la sécurité sociale : Cato et NCPA

Nos exemples sont surtout américains et il serait difficile de « tracer » ainsi des idées de think tanks français, même si, à l'évidence, certains clubs ou fondations (qui ne sont pas des think tanks) ont lancé des thèmes qui ont reçu un grand écho dans l'espace public. Nul ne songerait par exemple à nier l'influence - suivant les époques ou les milieux - du club Jean-Moulin, de la Fondation Saint-Simon, de la République des Idées, du Cercle des Économistes ou de l'Institut Montaigne. Et ne parlons pas du conseil scientifique d'Attac. Mais nous aurions beaucoup plus de mal à remonter d'une loi précise à une structure indépendante de proposition et de réflexion qui l'aurait élaborée dans les mêmes conditions que de vraies think tanks.

Modèle US, modèle français

Le modèle américain souffre de critiques du fait compromissions de certaines Think Tanks avec des intérêts matériels ou idéologiques : ne sont-elles pas chargées de fournir l'habillage pseudo scientifique d'intérêts matériels ou de croyances prétablies ?

L'Advancement of Sound Science Coalition, financé par l'industrie du tabac au milieu des années 90 avait pour fonction de contrer les thèses sur le cancer provoqué par le tabagisme passif. Des organismes comme le *Citizen for Sound Economy* et le *Family Research Council* sont souvent le département réflexion voire propagande de groupes de pression. Il pourrait bien y avoir un lien entre les choix budgétaires préconisés par la Rand en matière de défense aérienne et les financiers de ses contrats au sein de l'US Air Force. Il pourrait bien y avoir une relation entre les subventions accordées par des grands groupes pétroliers à *Advancement of Sound Science Coalition*, *American Enterprise Institute*, *Heritage Foundation*, *Cato Institute*, *Hoover Institution*, et le *Competitive Enterprise Institute*.

Suivant un article du New York Times de 1998, *l'American Petrol Institute* aurait lancé un plan global pour favoriser les scientifiques et les institutions doutant du réchauffement climatique. Exactement comme le "*Wedge Document*," prouverait l'existence d'une stratégie globale de lutte contre le darwinisme et pour démontrer l'existence d'un « dessein intelligent ».

Aux USA, la plupart de ces initiatives viennent plutôt de la droite républicaine qui théorise son projet de reconquête culturelle face aux « libéraux » assimilés à la « nouvelle classe » des intellectuels et de bureaucrates profitant de l'État Providence et face à la prédominance du « politiquement correct » dans les universités. Il est de notoriété publique que la reconquête du pouvoir par les néo-conservateurs est une véritable opération de guerre culturelle menée

délibérément après l'échec de Goldwater. Ce qui n'a rien d'illégal ou de scandaleux en soi. Simplement, il faut comprendre la stratégie de conquête menée délibérément par des intellectuels de droite qui avaient lu Gramsci et qui pensaient qu'une idée doit un jour devenir une réalité.

Nous avons largement décrit ailleurs (cf. le livre « 4° guerre mondiale ») cette méthode des néo-cons, méthode qui pourrait trouver ses limites au moment où ils apparaissent comme les inspireurs et les responsables d'une politique étrangère catastrophique en Irak.

S'il y a beaucoup à puiser dans le modèle US, il ne faut donc pas en ignorer les défauts : ils peuvent être aussi bien le caractère intéressé de la « pensée » que sa tendance au délire technocratique. Que le lecteur se souvienne de certains scénarios de guerre froide ou d'anticipations futurologiques dignes du docteur Folamour.

Il existe des raisons

- culturelles (la tradition des « ingénieurs sociaux » US),
- financières (les donations aux think tanks sont encouragées par le code fiscal),
- sociologiques (la circulation des élites et en même temps leur concentration en des lieux de pouvoir comme le « triangle d'or » du centre de Washington)
- idéologiques (le rôle des think tanks a été fondamental dans la conquête du pouvoir intellectuel par les néo-conservateurs..),

à cette différence du développement très différent des think tanks dans le monde anglo-saxon que dans la francophonie.

Néanmoins, il existe en France, à Bruxelles (là où sont également installés 15.000 lobbyistes) et dans des pays francophones de nombreuses institutions qui ne répondent pas strictement à ces critères et qui sont suivant le cas :

- Plus proches d'un centre universitaire pur
- Plus liés à un parti ou à un courant politique (avec parfois un rôle programmatique et/ou de « *brain storming* » pour un candidat)
- Plus dépendants des subventions d'État
- Ressemblant davantage des clubs autour d'une revue
- Étant presque des cabinets de consulting ou des centres de réflexion prospective...
- Pratiquant diverses formes d'influence idéologique, par exemple sur les modèles « sociétés de pensée »
- Ou encore réseaux destinés à renforcer des liens entre les élites médiatiques, patronales, universitaires, étatiques, syndicales, ...
- Pour certains clubs pour élites où entrepreneurs, grands administrateurs, chroniqueurs célèbres ont plaisir à se retrouver autour d'un vague alibi de réflexion sur l'avenir de la planète

Néanmoins, tous veulent agir sur la société par le pouvoir d'idées neuves....

Le rôle de l'État et des institutions de recherche, le rôle de l'intellectuel (forcément critique, dénonciateur ou conseiller du Prince en France), l'importance des partis et de leur fonction programmatique : autant de différences entre nos deux pays.

Pour formaliser autour de quelques oppositions, on trouve

- Aux USA : fédéralisme et décentralisation ; les administrations locales et les agences ont besoin d'expertise indépendante. Plus un autre facteur : la faiblesse relative des partis, surtout en

termes d'idéologie : le bipartisme favorise l'épanouissement de la réflexion et de la recherche programmatique hors de leur cadre

- En France, centralisme, jacobinisme, importance des partis idéologisés.

- Aux USA, existe une tradition de «social engineering» basée sur la croyance que les idées sont faites pour être appliquées afin d'améliorer le monde

- Elle s'oppose à notre vision de l'intellectuel soit comme conseiller du Prince, soit comme personnage critique, moralisateur (tel le « cleric » de Julien Benda), prônant la morale de la conviction contre celle des résultats, nullement tenu d'aboutir à des résultats pratiques...

- Aux USA la tradition « philanthropique » : l'argent privé sert à faire avancer la recherche, y compris la recherche politique, économique, stratégique ou autre

- En France, celui qui veut changer le monde par des idées essaye de s'emparer de l'État, ou passe par une action politique destinées à le conquérir, ou encore il se met au service du Prince, ou en posture de résistance, mais, dans tous les cas de figure, il ne pense qu'à l'État.

-Aux USA, les élites circulent facilement entre l'Université, l'entreprise, l'État, l'armée, les think tanks, les médias, etc.

- En France, nous connaissons plutôt le cloisonnement des filières, caricaturé par le système énarquique.

-Aux USA, le « *problem solving* », la résolution des problèmes par une expertise indépendante est une procédure bien admise.

- En France, la réflexion se dirige plus volontiers vers une fonction programmatique ou critique destinée à alimenter le politique en idées et jugements.

-Aux USA, les mouvements sociaux de contre-culture et les bouleversements intellectuels, ou dans les mœurs des années 60/70 ont provoqué, par réaction, une tentative de reconquête par les conservateurs. Ils voyaient leurs idées quasiment exclues des Universités «politiquement correctes» et leurs valeurs abandonnées par la «nouvelle classe ». Ils étaient exclus du débat et de la vie intellectuelle, ils ont repris l'initiative, l'agenda, le monopole du lancement des idées (et surtout de leur mise en œuvre)... Nul n'est forcé de partager leurs options ; on peut même s'indigner de cette prise de pouvoir idéologique qui a duré trente ans. Mais il faut reconnaître la performance. De la ringardise culturelle à la dominance intellectuelle !

- En France, le débat dont nous nous gargarisons tant est restreint à un espace bien précis, plombé par l'emprise de quelques indéboulonnables, borné par la crainte de sortir du « cercle de la raison ». Et souvent en contradiction totale (cf. les discours sur l'Europe ou l'immigration) avec ce que pense l'ensemble de la population. Les think tanks françaises ou fondations et instituts qui y ressemblent le plus oscillent entre la « pensée unique » néo-libérale et « moderniste ou une aimable social-démocratie soucieuse de ne choquer personne. En France les idées sont plus souvent qualifiées (d'archaïques, souverainistes, néostaliniennes, ultralibérales, ...) que discutées. Pouvoir intellectuel, en France et pouvoir des idées, aux USA, sont très différents.

Conclusion

Que faut-il en conclure ? Que tout va mal en France ? Que nous sommes « en retard » (ah ! le retard français) ? Qu'il faut imiter ce qui se passe là-bas y compris et surtout en matière de think tanks ?

Certainement pas. Le système US n'est d'ailleurs pas sans défauts. Les deux principaux sont le risque d'autisme des membres des think tanks (donc le risque de redondance et de délires coupés de la réalité) et le risque de domination par des intérêts (à commencer par ceux des financiers et donateurs).

Simplement si nous prenions quelques exemples ailleurs (chez nos voisins allemands, par exemple) ou si nous nous préoccupions un peu du rôle des groupes de recherche et d'influence à Bruxelles, nous découvririons des solutions à notre portée. Au prix d'une certaine modestie et d'un peu de considération pour les conditions matérielles (financières, organisationnelles, de statut, de rapport avec les moyens de diffusion et avec les technologies,...) des idées. Rien de plus, rien de moins.

Think tanks : idées, intérêts, influences...
Quels réservoirs pour quelles idées ?

http://www.huyghe.fr/actu_262.htm

Vieille question : comment une idée devient-elle une force ? Par quel circuit le produit d'un cerveau humain transforme-t-il le monde ? En devenant un objet de croyance, voire un dogme qui peut être fixé dans un texte et conservé par des gardiens de l'orthodoxie, en s'inscrivant dans la durée, en s'incarnant dans des corps organisés (églises, partis, institutions...), en trouvant une traduction symbolique (chants, drapeaux, monuments), en étant reprise et réappropriée par des servants qui la développent et l'appliquent, croyants et partisans : ils créent des hiérarchies, des grilles d'explication et des légitimités à partir de l'idée fondatrice, dessinent des buts, imaginent des stratégies. Il va de soi qu'au cours de ce procédé l'idée, le « message » initial des fondateurs se déforme, s'adapte, se fige, s'enrichit, se transforme....

L'histoire de la Samgha bouddhiste, la communauté née il y a vingt-sept siècles de la prédication d'un seul homme ou le passage de manifeste de Karl Marx à l'URSS de Brejnev et à sa chute suivent, à cet égard, les mêmes règles.

Mais on peut considérer le point de vue inverse : soit l'existence d'un certain « pouvoir » des idées comment se manifeste-il ? où réside-t-il ? comment se le procurer, se l'approprier, l'exploiter ?

Une des réponses possibles, dans nos sociétés au moins, consiste acheter, contrôler ou diriger de la force de travail intellectuel. Certes, il n'y a rien de scandaleux à rémunérer une compétence intellectuelle pour publier des livres ou monter une université. Mais il est des domaines où la quête des idées poursuit répond à d'autres objectifs : conquête du pouvoir ou défense d'intérêts (à supposer que les deux puissent se distinguer).

À partir de là se dessinent deux grandes voies (qui se recoupent très largement) :

- utiliser le pouvoir intellectuel (donc souvent le pouvoir des intellectuels) comme force d'appoint, comme source de prestige au service d'une cause ou d'un personnage, comme mode d'emprise sur les esprits via les médias, comme autorité fondée sur la réputation, et non sur l'élection, comme moyen capable d'apporter une caution à un projet ou d'embarrasser des adversaires en les condamnant et les stigmatisant...
- utiliser le pouvoir des idées elles-mêmes, envisagées comme propositions relatives au réel et incitant à l'action dans un certain sens. Y puiser une inspiration, les répandre, les populariser et finalement, les mettre en action. A priori, cette deuxième option semble plus sympathique que la première, mais nous verrons que les choses sont plus subtiles

Le pouvoir intellectuel

À propos de ses détenteurs, Régis Debray faisait remarquer il y a déjà longtemps dans un livre portant le même titre que « ces professionnels de l'opposition à tout pouvoir exercent à ce titre un pouvoir d'influence décisif sans doute plus gratifiant que le pouvoir politique ou économique ». Il ajoutait que cette autorité sans les inconvénients du pouvoir dépendait des moyens de communication et de leur progrès technique et décelait un véritable cycle médiatique du pouvoir intellectuel.

Il y a des recettes bien connues. Par exemple, la stratégie du « conseiller du Prince » qui consiste à s'attacher un producteur d'idées, son prestige et sa caution, en lui permettant de s'approcher des ors du Pouvoir et en le rémunérant.

Ou encore, la stratégie dite de « l'idiote utile », largement pratiquée par les partis communistes à une certaine époque. Elle consiste à gagner le soutien d'un intellectuel qui signera les pétitions, participera aux meetings, s'associera aux bonnes causes (parfois sous un couvert pacifiste, progressiste ou antifasciste ce qui lui permet de ne pas entériner toutes les positions du parti). En échange, le compagnon de route, l'ami caution, recueille des avantages non négligeables : visibilité médiatique, voyages en URSS ou à Cuba gratuits, public captif, solidarité de certains de ses pairs, aide à des carrières éditoriales ou universitaires, sentiment d'une chaleureuse fraternité... Aujourd'hui il existe toujours un volant non négligeable de grandes consciences dont l'appui ou la militance médiatique peuvent s'assurer moyennant une synergie efficace petits fours, plus apparitions médiatiques, plus congrès...

Mais il s'agit là de procédés assez grossiers où l'intellectuel est employé pour son nom et sa réputation plus que pour le contenu de ce qu'il produit.

Rappelons que l'intellectuel ne se définit ni par la taille ou l'usage de son cerveau, ni par sa compétence en un domaine précis (philosophie, sciences humaines, lettres...) mais par sa volonté d'agir sur le monde par "influence". Telle est du moins l'acception qui s'est imposée avec le « manifeste des intellectuels » au moment de l'affaire Dreyfus : se considéraient comme tels ceux qui protestaient contre la condamnation du capitaine Dreyfus au nom de principes universels de droit de justice et de vérité. L'intellectuel intervient dans les affaires publiques au nom d'une compétence ou réputation acquise ailleurs. Il rentabilise en droit d'intervention dans les affaires de la cité les dividendes d'une œuvre supposée de l'esprit.

Il en existe donc bien des variantes historiques de l'intellectuel. Le « cleric » de Benda qui s'exprime au nom de valeurs statiques, abstraites, désintéressées (et ouvertement détachées de toute contingence pratique), voire contre les intérêts de son propre pays. Le cleric de Sartre (dans son « plaidoyer pour les intellectuels ») engagé, toujours en situation entre dominants et dominés, ne pouvant "s'évader" même par le silence, pur produit de son temps, vivant sa contradiction (de l'Universel et du particulier) et la dépassant en rejoignant le camp des opprimés. L'intellectuel selon Aron ("L'opium des intellectuels"), victime des mythes du temps en est la contre-figue parfaite : il est le fourrier des idéologies politiques qui « mêlent toujours, avec plus ou moins de bonheur des propositions de fait et des jugements de valeur ».

Dans la même veine François Furet le voit enclin à « l'illusion » du communisme. L'intellectuel organique (selon Gramsci) est engagé au service d'une cause, il conteste l'hégémonie culturelle d'une classe et exprime les besoins d'une autre. L'intellectuel critique cher à l'école de Francfort est le dénonciateur du système et de l'idéologie dominante, même si sa protestation n'a parfois qu'une valeur de témoignage moral désespéré.

Plus récemment, est apparu l'intellectuel médiatique, triple spécialiste de l'universel, du général et du moral, tranchant de tout surtout sur les plateaux de télévision, généralement pour s'indigner et condamner. À la fois média-dépendant et produisant des considérations qui ne fâchent pas vraiment grand monde, ce personnage peut être une force d'appoint pour les pouvoirs, mais désormais loin derrière les people et les « figures de la société civile ».

On le voit, l'intellectuel tel que nous le connaissons en France est l'homme du « hors champ » : son « pouvoir » – qu'il se manifeste par la capacité de jouer sur la carrière des collègues universitaires ou en apparitions télévisées – s'exerce toujours hors de son domaine de compétence : la production d'idées : Zola n'est pas grand romancier quand il écrit « J'accuse » ni Sartre bon philosophe quand il se fourvoie avec la Gauche Prolétarienne. Bien entendu le pouvoir intellectuel d'emprise (relayé par les médias) peut tomber juste et défendre de bonnes causes mais cela n'en fait pas un pouvoir des idées, mais plutôt de l'image des idées.

Le pouvoir des idées

Le pouvoir des idées, au sens de la capacité qu'ont certains énoncés d'entraîner conviction et de produire des effets de réel est d'une autre nature.

Nous tenterons d'en examiner trois aspects du point de vue stratégique :

- Les idées peuvent être la traduction abstraite voire la justification d'intérêts concrets (il y a même des théoriciens qui pensent qu'elles se réduisent uniquement à cela : mais c'est un autre débat). Elles servent alors à la mesure de leur valeur argumentative en faveur d'une thèse, ce qui justifiera leur approbation, leur diffusion, voire leur « envoi » vers la cible la plus appropriée, là où elles favorisent les réactions espérées (le législateur, les élites dirigeantes). Ou encore les idées servent à dissimuler (y compris aux yeux de celui qui les énonce et qui y croit) des rapports de force, les besoins et les désirs d'un groupe et présentent comme vérités universelles ce qui, en réalité, est la vision propre à certains groupes ayant certains intérêts. Il suffit de voir comment la National Rifle Association est classée sur certains sites US comme une think tank, de penser aux millions de dollars de subventions distribués par les pétroliers américains aux centres de recherche qui doutent du réchauffement climatique ou de songer aux laboratoires et fondations pour la recherche sur le cancer créés par les compagnies de tabac.

- Les idées peuvent être considérées comme inspiration : des « réponses » à des questions. Elles peuvent porter sur la façon de résoudre un problème ou sur l'avenir, sur les dangers et les opportunités qu'il présente. Il s'agit alors d'hypothèses plus ou moins ingénieuses et originales susceptibles de déboucher sur des propositions d'action efficaces. Leur valeur prédictive est alors le principal critère de leur choix. Elles éclairent et conseillent la décision. C'est un idéal américain qu'incarnent assez bien la Rand Corporation ou le Hudson Institute, grands pourvoyeurs de visions futurologiques ou de plans à la demande dès les années 1960.

- Les idées, enfin, peuvent se combiner à d'autres idées, former un système et susciter une adhésion plus ou moins passionnée. Elles incarnent des valeurs, présentent une certaine cohérence, réfutent d'autres systèmes. Elles visent à se transformer en pouvoir, à commander aux hommes des jugements et des comportements. Elles sont alors ébauches ou composantes d'idéologies ou de doctrines. Leur fonction est de recruter, à des niveaux très différents, qu'il s'agisse de recruter des partisans aux sein de la communauté scientifique ou d'alimenter un parti en thèmes et programmes. Nous avons évoqué sur ce site la notion de « société de pensée » inventée par Augustin Cochin pour décrire l'action des philosophes des Lumières et de leurs suivants. Mais cette notion de réforme de la société sous l'impulsion de quelques penseurs retrouve une grande actualité avec les think tanks. Un journaliste anglais (cité par Stephen Boucher dans « Les think tanks ») déclarait même : « Comment changer le monde ? Eh bien, il y a des voies évidentes comme prendre le pouvoir, être monstrueusement riche ou suivre péniblement les processus électoraux. Et puis il y a les raccourcis comme le terrorisme et les think tanks. »

Bien entendu, la distinction – intérêts, inspiration, idéologie - ne se retrouve jamais à l'état pur : simplement une des « fonctions » prédomine dans chacun des cas.

Quand un lobby crée un comité d'experts ou un laboratoire soi disant indépendant dont le but unique est de proclamer l'innocuité d'une industrie ou d'améliorer l'image d'un pays, il est évident que les idées servent alors de plaidoyer intéressé : les réponses précédaient les questions. Mais cela ne peut se faire que sous la fiction d'une expertise que l'on consulte et en s'appuyant sur les idéologies qui prédominent dans une société.

Quand un gouvernement se tourne vers un comité consultatif de spécialistes, forme un groupe ad hoc, demande un rapport à des gens compétents, il est censé recevoir à la fois vraies et énoncées en toute indépendance. C'est en particulier une tradition très vive aux Etats-Unis, celle du «

problem solving » confié à des experts, tradition elle-même appuyée sur la confiance dans le « social scientist » : leur « science » des sociétés humaines doit précisément aider à en rationaliser le fonctionnement. Mais, il est évident que les réponses ne sont pas sans rapport avec les attentes des commanditaires. Par ailleurs, cette notion d'une perfectibilité des sociétés réformables grâce aux apports de la science toujours en progrès est une vision très idéologique (celle de la « fin des idéologies »).

Enfin une « société de pensée » qui prétend changer le monde par la force des idées ne peut négliger ni la caution d'une certaine expertise ou d'une prétendue scientificité pour appuyer ses diagnostics, ni, dans sa stratégie de diffusion, de s'appuyer sur des intérêts pour se trouver des alliés et des propagateurs.

Cette grille, toute relative qu'elle soit, aide à décrire certains phénomènes de nos sociétés d'opinion et de communication où la séduction des idées tient un tel rôle, elle-même fonction de leur exposition et de leur médiatisation.

USA et France

Un exemple canonique est celui de la conquête du pouvoir culturel par les néo-conservateurs américains. Ils ont suivi un long chemin depuis la défaite de Goldwater en 1964, date qui marque une véritable mobilisation de tous ceux qui sont persuadés d'avoir perdu le pouvoir intellectuel face aux gauchistes des Universités, aux libéraux des médias à la mode (ou l'inverse) mais aussi face à la « nouvelle classe » imprégnée de valeurs de gauche ou non traditionnelles, aux « progressistes » qui régnaient dans les administrations.

La droite du parti républicain excellerait dans plusieurs domaines : la production et la diffusion de théories autant auprès des décideurs que du grand public, la conquête des médias, l'art de financer les idées (et les institutions qui les répandent), la manière d'aider les carrières des « bons éléments » qui pensaient « bien » dans l'administration comme dans les médias ou le privé... Grâce aux instituts amis, l'intellectuel conservateur trouvera des maisons d'éditions ouvertes, un lectorat potentiel, un accès aux médias et quasiment un plan de carrière. Les néo-conservateurs savent aussi lier des alliances que ce soit avec les milieux de la « droite chrétienne » ou chez les sionistes purs et durs. Et surtout tout est orienté vers la mise en œuvre : les idées ne sont pas faites pour rester dans le ciel de l'abstraction mais pour se traduire en influence et décisions.

La lutte entre think tanks (voir liste) de droite et de gauche a commencé dès les années 70. Mais le phénomène est devenu évident sous Reagan quand chacun doit constater, comme le sénateur Monyhian, « les Républicains sont devenus le parti des idées. » Quitte parfois à se définir systématiquement contre leurs consœurs qu'elles disent « libérales » (comme Brookings, Carnegie voire la Rand Corporation), les think tanks conservatrices veulent gagner la guerre dans les libraires, sur la scène des médias et dans les couloirs du pouvoir.

À ce jeu-là, elles ont écrasé les centres de recherche démocrates. Ne serait-ce qu'en trouvant plus de crédits et en les utilisant bien. L'historien Paul Gottfried, explique dans *The Conservative Movement* que les « activistes néo-conservateurs ont su parfaitement maîtriser les systèmes de recherche de fonds auprès des institutions « philanthropiques » de droite.

Mais cela n'explique pas tout. Face aux néo-conservateurs conquérants, les libéraux – au sens américain – semblaient, sinon persuadés que le monde actuel est le meilleur possible, mais étaient du moins, plus soucieux de perfectionner la société que de la changer. Paradoxalement, aux USA, la mentalité de conquête révolutionnaire était passée chez les républicains.

Les premiers font la pluie et le beau temps à CSIS (*Center for Strategic and International Studies*) très influent dans les milieux de la Défense et de la diplomatie, à American Enterprise Institute plus centré sur les problèmes économiques, à la puissante Hoover Foundation, à Heritage, d'un niveau académique moindre mais très active à l'égard du pouvoir politique et des médias. Et finalement, ce sont parfois des think tanks de droite, mais libertariennes, comme Cato qui leur opposent la réplique intellectuelle la plus forte.

Est-ce un exemple (ou un contre-exemple pour qui souhaite le triomphe d'idées opposées à celles des néo-conservateurs) que l'on puisse transposer en France ?

Probablement pas pour toute une série de raisons qui tiennent à notre culture :

- La France est un pays qui croit davantage au pouvoir intellectuel tel que nous l'avons défini plus haut qu'au pouvoir des idées. Nos élites adorent fréquenter des philosophes ou des écrivains et les hommes politiques aiment faire croire qu'ils écrivent des livres. Mais dès qu'il s'agit d'appliquer des réformes on demande un plan à de hauts fonctionnaires. L'idée que les idées soient faites pour éclairer la réalité et pour être appliquées n'est pas passée dans les mœurs et le rôle « critique » du fulminateur qui ne dit jamais ce qu'il faut faire est si confortable...

- Chez nous les partis sont considérés comme les médiateurs naturels des nouvelles idées. Il leur arrive de se tourner vers des « fournisseurs » en réunissant au sein d'un club ou d'un comité de réflexion quelques universitaires amis et des spécialistes de tel ou tel domaine. Comme on se tournerait vers un conseiller spirituel pour lui demander un supplément d'âme afin de mener des affaires très temporelles. L'idée doit devenir programme qui deviendra discours et qui sera mise en œuvre quand les gens sérieux seront élus : tel est le schéma dominant.

Résultatn : dès que l'on prononce le nom d'un centre de recherche ou d'une « think tank française », on songe aussitôt à un parti ou à un homme politiques. La Fondation pour l'Innovation Politique ? UMP. La fondation Jean Jaurès ? PS. Gabriel Péri ? PC. À gauche en Europe ? machine de campagne de DSK. Notre Europe ? bastion deloriste. Club 89, Juppé et Toubon. Socialisme et démocratie ? Cambadélis. Cercle Condorcet ? Gauche tendance Ligue de l'Enseignement. La République des idées ? Tradition de la CFDT. Institut Montaigne ? Patronat éclairé. Dites un nom et voyez ce que cela évoque spontanément (même si c'est horriblement simplificateur).

- Le rôle de l'État est également fondamental en matières d'idées : c'est une ressource qu'il tend à nationaliser, même quand il est libéral. Dans notre pays un centre de recherches d'idées est ou bien affilié à un ministère, ou bien à une administration : Plan, Conseil d'Analyse Économique, Centre d'Études et de Recherches Internationales, Observatoire Français de Conjonctures Économiques et beaucoup d'autres...

- Dans une moindre mesure, il se pourrait que l'importance très particulière des revues d'idées dans notre pays, voire une certaine tradition qui considère la production collective d'idées comme une activité bénévole y soient pour beaucoup.

Même si l'opposition États-Unis contre France est un peu caricaturale, que retenir ? Qu'il y a beaucoup de chemin à parcourir chez nous pour voir éclore de vraies think tanks.

Bien sûr l'IFRI, l'IRIS (auquel vont toutes les sympathies de l'auteur pour des raisons évidentes) ou la Fondation pour la Recherche Stratégique n'ont pas à rougir face à leur homologues d'outre- Atlantique. Reste que nous n'avons pas encore trouvé la formule magique pour concilier les ingrédients indispensables :

- la professionnalisation de l'activité de think tanks (c'est-à-dire en fait le financement par plusieurs sources d'un travail intellectuel collectif)

- l'indépendance à l'égard de l'État, des partis et des intérêts économiques
- l'indépendance qu'assure la réputation (ce qui veut dire le bon fonctionnement des réseaux qui font cette réputation dans les médias, l'Université, le monde politique et la République des lettres)
- une véritable capacité de proposition au service du Bien Public