



LE POINT DE VUE DE MARC HECKER

« Effet YouTube » contre « effet CNN »

Depuis le début des manifestations en Iran, tous les journaux télévisés assènent le même discours : les journalistes ne peuvent plus faire leur travail et les seules images disponibles sont filmées par de simples citoyens à l'aide de téléphones portables, diffusées sur YouTube et relayées par l'intermédiaire de Facebook ou Twitter. Les médias traditionnels semblent réduits à l'impuissance et contraints de s'en remettre au « Web 2.0 », expression inventée par le « gourou » d'Internet Tim O'Reilly pour désigner la nouvelle génération d'Internet, plus interactive et « collaborative ».

Autre contexte, même constat : en janvier 2009, les journalistes sont empêchés de pénétrer dans la bande de Gaza par les autorités israéliennes, et les télévisions françaises passent en boucle les images que l'armée israélienne diffuse sur YouTube. En l'espace de quelques semaines,

avaient hâté le retrait des troupes. Le sénateur républicain Phil Gramm avait alors fait le commentaire suivant : « *Les personnes qui exhibent des cadavres américains n'ont pas l'air de mourir de faim aux yeux des habitants du Texas.* »

Aujourd'hui, « l'effet CNN » semble partiellement évincé par « l'effet YouTube », qui présente trois caractéristiques majeures. Il a tout d'abord une portée globale, tandis que CNN est peu ou prou réservé à une élite occidentale ou occidentalisée. Si les vidéos que l'on trouve sur YouTube viennent de tous les pays du monde, c'est parce que le prix des technologies de l'information et de la communication s'est effondré. Les téléphones portables _y compris ceux qui permettent de filmer puis de publier des vidéos_ sont en train d'envahir les pays du Sud. Aujourd'hui, un humain sur deux possède un téléphone portable. L'Afghanistan, le Pakistan et

vidéos de tous les conflits « oubliés » _notamment des guerres africaines_ sont disponibles sur YouTube. Ce n'est pas pour autant que ces conflits sortent de l'oubli. Pour qu'ils fassent parler d'eux, ils ont besoin d'être repris par les médias qui comptent, ceux qui sont regardés par les « décideurs ». En un sens, YouTube n'est rien sans CNN.

Enfin, l'effet YouTube accentue ce que les militaires américains appellent l'effet « caporal stratégique ». Si, au plus bas niveau de la hiérarchie militaire, un soldat commet un acte injustifiable _une exécution sommaire, par exemple_, son geste risque désormais d'être filmé et diffusé sur Internet, avec les conséquences politiques que l'on peut imaginer. Ainsi, une bavure médiatisée, même commise par un caporal, peut avoir des conséquences stratégiques. Les photographies d'Abu Ghraib donnent un aperçu de cet effet « caporal stratégique ». Leur diffusion aurait sans doute été beaucoup plus rapide et leur impact peut-être plus important si YouTube, Facebook et Twitter avaient existé au moment des faits.

Dans son « Dictionnaire des idées reçues », Gustave Flaubert définissait l'innovation en deux mots : « *toujours dangereuse* ». Dans le cas du Web 2.0, cette définition ne relève qu'en partie de l'idée reçue. YouTube peut aussi bien servir de moyen de démocratisation _en permettant de contourner la censure_ que de support d'expression des totalitarismes _la vidéo de la décapitation de Nick Berg est toujours disponible sur Internet. Ce n'est pas l'innovation technologique qui est dangereuse mais ce que l'homme est capable d'en faire.

Marc Hecker est chercheur associé à l'Ifri et coauteur de « *War 2.0 : Irregular Warfare in the Information Age* », (Praeger, 2009).

Le fait que l'ancien ambassadeur des talibans au Pakistan ait récemment vanté les qualités de son iPhone relève plus du symptôme que de l'anecdote.

les vidéos mises en ligne par Tsahal sont visionnées par plusieurs millions de personnes.

Au début des années 1990, l'expression « effet CNN » était employée pour qualifier l'impact de la télévision satellitaire sur la politique étrangère des Etats-Unis. Un des cas les plus marquants demeure l'opération américaine en Somalie, en 1993. Les images de Somaliens mourant de faim avaient ému l'Amérique et poussé à mettre sur pied une intervention militaire pour le moins risquée. Par la suite, les clichés de soldats américains lynchés par la foule et traînés dans les rues de Mogadiscio

l'Iran font partie des pays où le nombre d'utilisateurs de téléphone portable croît le plus rapidement. Le fait qu'Abdul Salam Zaef, ancien ambassadeur des talibans au Pakistan, ait récemment vanté les qualités de son iPhone relève probablement plus du symptôme que de l'anecdote.

La deuxième caractéristique de l'effet YouTube est qu'il s'appuie sur les médias traditionnels comme caisse de résonance. Pour le moment _et sans doute encore pour de nombreuses années_, les médias traditionnels gardent la haute main sur la définition de « l'agenda » médiatique et, dans une certaine mesure, politique. Des