

## LE MYTHE DE L'EFFET CNN

par Karine Prémont

Souvent considérée comme le quatrième pouvoir, la télévision américaine est devenue, au fil des ans, une institution politique incontournable pour qui veut comprendre la politique étrangère des États-Unis. L'importance de ce médium est apparue tout d'abord pendant la guerre du Vietnam, alors que les images rapportées par les journalistes ont contribué à modifier l'opinion publique concernant les objectifs du gouvernement. D'ailleurs, plusieurs spécialistes affirment que cette guerre s'est perdue dans les salons plutôt que sur les champs de bataille. La télévision s'est, par la suite, illustrée lors de la guerre du Golfe, en 1991, grâce à l'arrivée du *Cable News Network* (CNN), première chaîne d'information continue, qui couvrait la guerre en direct. Les critiques des journalistes de la chaînes, dont Peter Arnett, à propos du déroulement des opérations et de la mission du gouvernement américain, a conduit à l'expression « effet CNN » pour définir l'influence de la télévision non seulement sur l'opinion publique mais également sur le processus décisionnel de la Maison-Blanche. Par la suite, cet effet CNN a été utilisé pour décrire l'intervention humanitaire en Somalie – de même que le retrait précipité des troupes américaines quelques mois plus tard. À partir de ce moment, l'effet CNN a été appliqué à la majorité des interventions militaires des États-Unis à l'étranger et sous-entend « la perte de contrôle du politique au profit de la télévision<sup>1</sup> ». Or, des études plus approfondies tendent à démontrer que l'effet CNN est un mythe : il ne s'applique à aucun des cas avec lequel il est habituellement associé.

L'étude de l'effet CNN – et plus largement de l'influence de la télévision sur la politique étrangère américaine – permet de faire plusieurs constats pour mieux comprendre le rôle de ce médium lors des interventions militaires : les théories de l'effet CNN, très nombreuses, peuvent servir pour expliquer différents effets de la télévision selon le type d'intervention militaire ; les images ne précèdent jamais les annonces officielles du

---

<sup>1</sup> George F. Kennan, cité dans Strobel, Warren P. (1997). *Late-Breaking Foreign Policy: The News Media's Influence on Peace Operations*, Washington, D.C., United States Institute of Peace Press, p. 5.

gouvernement ; la télévision est un acteur dépendant des autres acteurs de la politique étrangère.

### **Une pléthore de théories**

Il existe de nombreuses théories ou conceptions de l'effet CNN selon le type d'intervention militaire. Les théories de l'écho CNN regroupe les explications qui soulignent que la télévision se contente de reproduire le consensus ou la dissension des élites politiques. Ce type de comportement des journalistes est surtout visible lors des guerres dans lesquelles les États-Unis sont impliqués, par exemple au Vietnam.

<b>La télévision au Vietnam : un exemple de l'écho CNN</b>
Durant la guerre du Vietnam, 65 % des reportages étaient favorables au gouvernement américain entre 1965 et 1968 alors qu'entre 1968 et 1973, les reportages négatifs sont trois fois plus nombreux que les reportages négatifs <sup>2</sup> . Ce changement peut s'expliquer par le volte-face de certains responsables gouvernementaux (dont Robert McNamara, secrétaire à la Défense) suite à l'offensive du Têt. Les sources des journalistes faisaient alors plus facilement étalage de leur mécontentement, ce qui a affecté la couverture médiatique de la guerre.

Les théories du syndrome CNN, pour leur part, sont celles qui affirment que la télévision ne fait qu'accélérer la prise de décision. Elle agit surtout lorsqu'il est question d'interventions humanitaires et d'opérations de paix : les intérêts américains sont moins marqués que lors des guerres, les risques sont moins élevés, la volonté politique est plus sensible aux fluctuations de l'opinion publique et les élites sont souvent divisées sur ce qu'il convient de faire dans ce genre d'interventions<sup>3</sup>. Dans ces circonstances, les images télévisées sont plus à même d'émouvoir l'opinion publique qui pourra, par la suite, tenter de convaincre le gouvernement d'agir pour mettre fin aux conflits présentés à la télévision. L'exemple le plus probant du syndrome CNN est l'intervention en Somalie, entre 1992 et 1994.

---

<sup>2</sup> Hallin, Daniel C. (1986). *The 'Uncensored War': The Media and Vietnam*, Berkeley, University of California Press, p. 148-149.

<sup>3</sup> Prémont, Karine (2006). *La télévision mène-t-elle le monde ?*, Québec, Presses de l'Université de Montréal, coll. Enjeux contemporains, p. 55.

### **La télévision en Somalie : un exemple du syndrome CNN**

En octobre 1993, les chaînes télévisées ont présenté des images du corps d'un soldat américain traîné dans les rues de Mogadiscio, la capitale somalienne. Quelques jours plus tard, le président Clinton annonce qu'il retirera progressivement mais rapidement les troupes du pays. Cette réplique rapide du président a contribué à faire de la télévision l'élément déclencheur – et décisif – de ce retrait. Toutefois, il faut savoir que cette décision du retrait des troupes avait déjà été prise et que Boutros Boutros-Ghali, secrétaire général des Nations unies, été informé de cette décision le 20 septembre<sup>4</sup>. De même, lorsque CNN a contacté la Maison-Blanche pour l'aviser de la diffusion de ces images explosives, le gouvernement américain n'a pas réagit : à ce moment, il était prêt à faire face à la réaction du public et à annoncer le retrait des troupes<sup>5</sup>.

Finalement, les théories de l'effet CNN postulent que c'est la télévision qui détermine les priorités de politique étrangère. Le problème que soulève cette explication est fondamentale : elle ne peut être appliquée à aucun cas d'intervention militaire. Les exemples qui infirment l'effet CNN sont, par contre, plus significatifs.

### **La télévision au Rwanda et en Irak : des exemples du mythe de l'effet CNN**

Au Rwanda, l'importante couverture médiatique des massacres et des réfugiés n'a absolument pas incité l'administration à intervenir pour stopper le génocide : le président Clinton, échaudé par la débâcle somalienne, venait alors d'élaborer le PDD 25, qui stipulait le désir de l'administration de ne plus intervenir dans les conflits africains si des intérêts américains n'étaient pas en jeu<sup>6</sup>. Ainsi, les images atroces en provenance du Rwanda n'ont pu influencer la décision ferme de l'administration Clinton.

De la même manière, les images rapportées de la ville de Falloujah en Irak, en avril 2004, n'ont eu aucun effet sur la volonté ferme de l'administration Bush à poursuivre cette guerre : les images des corps d'anciens *Navy Seals* ont, au contraire, galvaniser l'opinion publique et le gouvernement à propos de la nécessité de maintenir les opérations pour venir à bout des insurgés<sup>7</sup>.

<sup>4</sup> Strobel, Warren P. (1996). « The CNN Effect: How Much Influence Does the 24-Hour Network Really Have on Foreign Policy », *American Journalism Review*, vol. 18, no 4 (mai), p. 35.

<sup>5</sup> Judy Woodruff, citée dans Hess, Stephen et Marvin Kalb (dir.) (2003). *The Media and the War on Terror*, Washington, D.C., The Brookings Institution, p. 69.

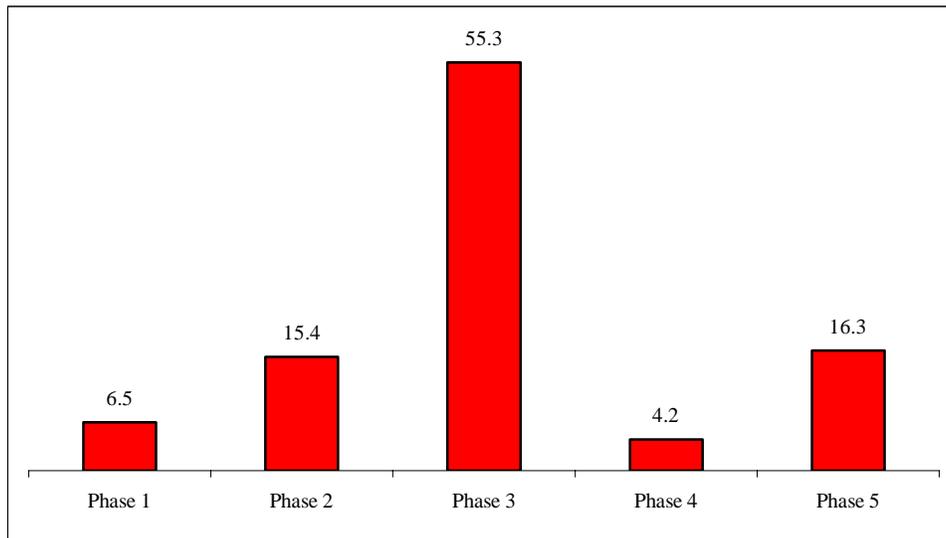
<sup>6</sup> États-Unis d'Amérique, Département d'État (1996). *Clinton Administration Policy on Reforming Multilateral Peace Operations (PDD 25)*, Washington, D.C., Bureau of International Organizational Affairs.

<sup>7</sup> Prémont, Karine (2004). « Des corps calcinés, battus et mutilés, traînés dans les rues... », *Le Soleil*, 10 avril, p. D5.

## Les images suivent les politiques

Le deuxième constat tiré de l'étude des théories liées à l'influence de la télévision est que les images arrivent, la plupart du temps, après les annonces officielles du gouvernement. Ce fut le cas en Somalie, où les journalistes ont résolument suivi les actions gouvernementales.

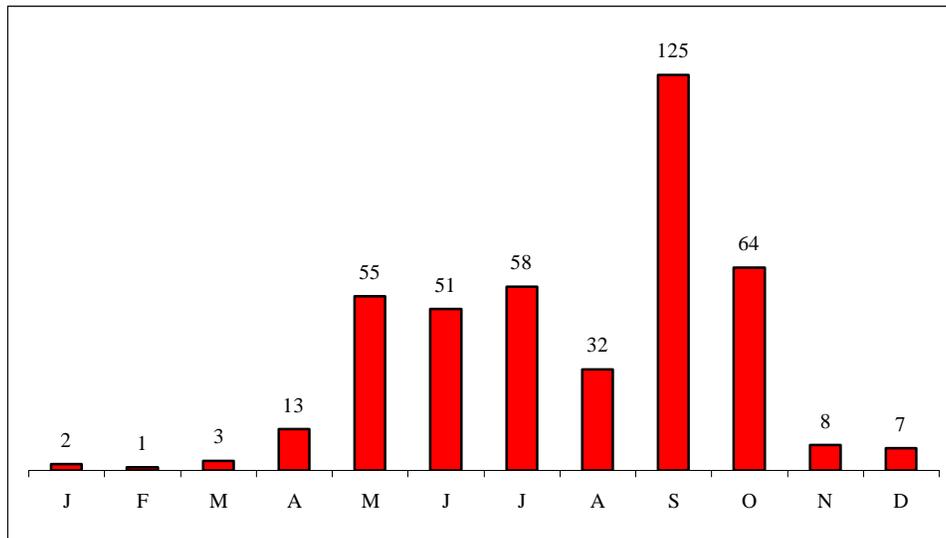
Figure 1- Temps d'antenne consacré à la Somalie, 1992\*



\* Reportages présentés sur ABC, CBS et NBC entre janvier et novembre 1992. Le temps d'antenne est en minutes. Les événements ont été découpés en cinq phases pour mieux comprendre les différentes « périodes médiatiques » du conflit. Phase 1 (1<sup>er</sup> janvier au 21 juillet) : les journalistes ne sont pas encore convaincus du potentiel dramatique du conflit et les élites commencent seulement à se demander ce qu'il convient de faire. Phase 2 (22 juillet au 13 août) : se termine par l'annonce de la création d'un pont aérien par le président Clinton. Phase 3 (14 août au 18 septembre) : suit l'annonce de la création du pont aérien, ce qui contribue à l'augmentation considérable des reportages. Phase 4 (19 septembre au 8 novembre) : campagne présidentielle américaine, qui explique le silence relatif des journalistes sur la Somalie. Phase 5 (8 au 25 novembre) : suit l'annonce d'un plan d'envoi de troupes en Somalie. Données tirées de Mermin, Jonathan (1999). *Debating War and Peace: Media Coverage of U.S. Intervention in the Post-Cold War Era*, Princeton, Princeton University Press, p. 123.

En Haïti, en 1994, on a constaté une augmentation considérable des reportages après l'annonce de l'arrivée des troupes (en septembre) ; aussitôt que les journalistes ont senti que l'opération se déroulerait sans explosion de violence, ils ont quitté les lieux.

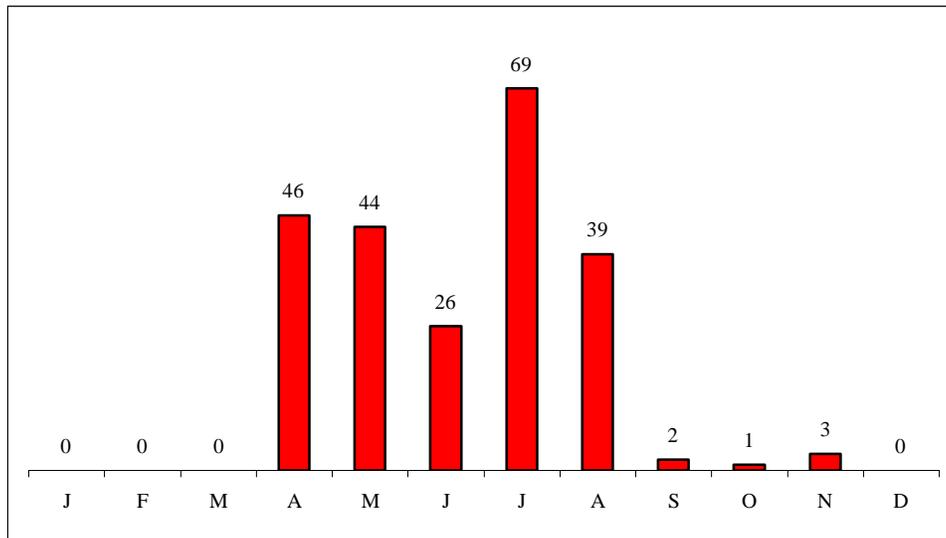
**Figure 2 – Nombre de reportages télévisés sur Haïti, 1994\***



\* Reportages diffusés sur ABC, CBS, NBC et CNN entre janvier et décembre 1994.  
Données tirées des *Vanderbilt University Television News Archives*, [<http://tvnews.vanderbilt.edu>]

Un dernier exemple concerne le Rwanda : les reportages télévisés sont apparus au début du génocide, alors que lorsque que le commandant des forces des Nations unies, le général Roméo Dallaire, et diverses organisations internationales lançaient des cris d'alarme pour forcer une intervention internationale pour mettre fin au massacre annoncé, le Rwanda n'a fait l'objet d'aucun reportage télévisé aux États-Unis. Ce n'est qu'en juillet, après l'annonce de la création d'un pont aérien pour faciliter l'acheminement de l'aide humanitaire, que le nombre de reportages a atteint son zénith. Peu après, le Rwanda est pratiquement disparu des bulletins de nouvelles télévisés.

**Figure 3 – Nombre de reportages télévisés sur le Rwanda, 1994\***



\* Reportages diffusés sur ABC, CBS, NBC et CNN entre janvier et décembre 1994.  
Données tirées des *Vanderbilt University Television News Archives*, [<http://tvnews.vanderbilt.edu>]

### **La télévision : un acteur important mais dépendant en politique étrangère**

Le dernier constat qu'il est possible de faire est que, malgré le peu d'impact de la télévision sur le processus décisionnel du gouvernement américain, il n'en demeure pas moins qu'elle est un acteur important de la politique étrangère parce qu'elle a le pouvoir d'influencer et de mobiliser l'opinion publique. Cependant, la télévision est un acteur tout à fait dépendant. D'une part, elle est dépendante du pouvoir économique : les grands conglomérats qui possèdent désormais les médias américains<sup>8</sup> obligent, dans un souci de rentabilité, le recours de plus en plus fréquent aux agences de presse, de nombreux bureaux à l'étranger ayant été fermés. L'information se trouve alors uniformisée pour conserver les téléspectateurs et les annonceurs. Les nouvelles étant devenues des produits de consommation, elles sont dorénavant présentées comme du divertissement et mettent

<sup>8</sup> Alors que les entreprises médiatiques étaient environ une cinquantaine aux États-Unis à la fin des années 1970, elles ne sont plus que huit à l'heure actuelle. Ces huit entreprises se partagent l'ensemble des médias mondiaux et de ce nombre, cinq sont américaines : Time Warner, Disney, Viacom, News Corporation, Bertelsmann (Allemagne), Vivendi Universal (France), ComCast et Sony (Japon). À ce sujet, voir Bagdikian, Ben H. (2004, réédition). *The New Media Monopoly*, Boston, Beacon Press.

l'accent sur les *soft news* au détriment des *hard news*<sup>9</sup>. Ainsi, les impératifs économiques ont mené à l'information-spectacle.

D'autre part, la télévision est dépendante du pouvoir politique puisque celui-ci est la source principale des journalistes en ce qui concerne la politique étrangère. Les journalistes « découvrent » rarement des conflits dont ne parlent pas les représentants gouvernementaux. Par exemple, le gouvernement américain a, entre 1992 et 1995, condamné les attaques serbes en Bosnie-Herzégovine, sans toutefois prendre une décision concrète. Ce flou politique a profité à la télévision, qui a diffusé quantité de reportages sur la guerre civile en Bosnie. C'est l'arrivée de Clinton à la Maison-Blanche « qui a permis l'émergence des options d'intervention en Bosnie, renforcées par les images télévisées : elles servaient d'arguments aux membres de l'administration en faveur d'une intervention et elles augmentaient l'attention du public sur la crise bosniaque<sup>10</sup> ». La décision d'intervention était alors due non pas tant aux images mais plutôt aux pressions exercées à l'interne et par des alliés : plusieurs représentants du gouvernement américain avaient effectué une sortie dans les médias pour réclamer une politique d'intervention, dont Madeleine Albright (ambassadrice américaine aux Nations unies) et Anthony Lake (conseiller à la Sécurité nationale) en même temps que la France et la Grande-Bretagne tentaient de convaincre le gouvernement de les aider à intervenir en Bosnie<sup>11</sup>.

### **Les rôles de catalyseur et d'ambassadeur de la télévision**

Plutôt que de parler d'effet CNN, il conviendrait davantage de parler d'effet accélérant de la télévision sur la prise de décision en matière de politique étrangère. Il importe également de souligner certains éléments importants du rôle de la télévision, notamment

---

<sup>9</sup> Les *soft news* sont des nouvelles qui concernent des sujets légers, comme les sports, les potins artistiques, la météo et les faits divers, par opposition aux *hard news* qui elles, concernent des sujets plus sérieux, telles que les nouvelles internationales et la politique étrangère. Ce type de nouvelles nécessite des connaissances et une attention plus soutenues de la part des téléspectateurs – et des journalistes.

<sup>10</sup> Prémont, Karine (2006), *op. cit.*, p. 95.

<sup>11</sup> Barthe, Sébastien et Charles-Philippe David (2004). *Foreign Policy-Making in the Clinton Administration: Reassessing Bosnia and the 'Turning Point' of 1995*, Montréal, Chaire Raoul-Dandurand en études stratégiques et diplomatiques, Université du Québec à Montréal, Occasional Papers no 2, [[http://www.dandurand.uqam.ca/download/pdf/articles/foreign\\_policy.pdf](http://www.dandurand.uqam.ca/download/pdf/articles/foreign_policy.pdf)]

sur la scène internationale : par sa capacité à émouvoir et à mobiliser l'opinion publique et par la démonstration des valeurs occidentales qu'elle diffuse à travers le monde, la télévision peut être à l'origine de grands bouleversements politiques. Ainsi, elle a été un instrument, une bougie d'allumage pour les opposants au communisme en Europe de l'Est à la fin des années 1980, tout comme elle a été une force active lors des événements de la place Tiananmen en Chine, en 1989. Dans le premier cas, les dirigeants politiques ont laissé la population manifester et, éventuellement, renverser les régimes dictatoriaux<sup>12</sup>, alors que dans le deuxième cas, le gouvernement chinois a fini par interdire la transmission des images et des reportages, le temps d'exercer des représailles contre les manifestants<sup>13</sup>.

La télévision est également devenue un acteur diplomatique de premier plan. En effet, il est plus rapide, pour les leaders politiques, de s'adresser à leurs adversaires et à leurs alliés par le biais de la télévision plutôt que de suivre les canaux diplomatiques traditionnels. Le président George H. W. Bush l'a fait en 1991, durant la guerre du Golfe, pour s'adresser à Saddam Hussein et aussi à la population irakienne et aux Kurdes. De plus, les journalistes sont parfois les instigateurs de rencontres historiques. En 1977, Walter Cronkite (CBS) a orchestré la rencontre entre le président égyptien Anour el-Sadate et le premier ministre israélien Menachem Begin, rencontre qui a mené aux Accords de Camp David<sup>14</sup>. Quelques années plus tard, en 1985, Ted Koppel (ABC) a réuni le président sud-africain Pieter Botha et l'archevêque Desmond Tutu pour une discussion sur la politique d'apartheid<sup>15</sup>.

---

<sup>12</sup> Love, Maryann Cusimano (2003). « Global Media and Foreign Policy », dans Rozell, Mark J. (dir.), *Media Power, Media Politics*, New York, Rowman and Littlefield, p. 235-264.

<sup>13</sup> Neumann, Johanna (1996). *Lights, Camera, War: Is Media Technology Driving International Politics?*, New York, St. Martin's Press.

<sup>14</sup> Geyer, Georgie A. (1984). « Journalists: The New Targets, the New Diplomats, the New Intermediary People », dans Schmuhl, Robert (dir.), *The Responsibilities of Journalism*, Notre Dame, University of Notre Dame Press, p. 70-78.

<sup>15</sup> Koppel, Ted et Kyle Gibson (1996). *Nightline: History in the Making and the Making of Television*, New York, Times Books, p. 65-117.

## Conclusion : la télévision mène-t-elle le monde ?

La plupart des interventions militaires américaines donnent lieu à une réflexion sur le rôle et l'influence de la télévision sur la prise de décision du gouvernement. Toutefois, aucune d'elles n'a eu pour origine un reportage télévisé ou le commentaire d'un journaliste<sup>16</sup>. Si on peut affirmer que l'effet CNN est un mythe, c'est donc dire que la télévision est loin de mener le monde. On peut également observer que si la télévision peut exercer une influence sur des enjeux spécifiques, telles que les opérations humanitaires, elle n'agit pas sur l'ensemble de la politique étrangère. La télévision peut également occuper davantage d'espace sur la place publique s'il existe une incertitude quant à la politique à adopter à l'égard d'un conflit à l'étranger (comme l'a démontré le cas de la Bosnie). La seule conclusion à laquelle nous pouvons arriver, à l'heure actuelle, est la suivante : c'est la volonté politique – ou l'absence de cette volonté – qui détermine la place qu'occupera la télévision dans les débats de politique étrangère.

*L'auteur est professeur au collège André-Grasset de Montréal et chercheur à l'Observatoire sur les États-Unis de la Chaire Raoul-Dandurand en études stratégiques et diplomatiques de l'Université du Québec à Montréal, où elle est également doctorante en sciences politiques. Elle vient par ailleurs de publier La télévision mène-t-elle le monde ? aux éditions des Presses de l'Université du Québec.*



### **Pour commander :**

[http://www.puq.quebec.ca/fr/repertoire\\_fiche.asp?titre=nouveautes&noProduit=D1391#commande](http://www.puq.quebec.ca/fr/repertoire_fiche.asp?titre=nouveautes&noProduit=D1391#commande)

---

<sup>16</sup> Ce qui peut parfois être le cas pour les nouvelles de politique intérieure. Dans ce domaine, l'influence des médias en général est beaucoup plus marquée : les journalistes disposent de plusieurs sources d'information, à la fois à l'intérieur et à l'extérieur du gouvernement. De plus, la population se sent davantage concernée par les enjeux de politique intérieure et par le comportement de leurs dirigeants en cette matière.