



**HAL**  
open science

## Le phénomène viral “ Kony 2012 ” et l’activisme numérique : un cas d’école pour l’industrie caritative

Sandrine Perrot

### ► To cite this version:

Sandrine Perrot. Le phénomène viral “ Kony 2012 ” et l’activisme numérique : un cas d’école pour l’industrie caritative. *Politique africaine*, 2012, 1 (125), pp.209-214. 10.3917/polaf.125.0209 . hal-03461375

**HAL Id: hal-03461375**

**<https://sciencespo.hal.science/hal-03461375>**

Submitted on 1 Dec 2021

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

SANDRINE PERROT

## LE PHÉNOMÈNE VIRAL « KONY 2012 » ET L'ACTIVISME NUMÉRIQUE : UN CAS D'ÉCOLE POUR L'INDUSTRIE CARITATIVE

« We are storytellers. We are visionaries, humanitarians, artists, and entrepreneurs.  
We are a generation eager for change and willing to pursue it\* ». »

« It's not the exact accurate story [...] but for me the film really isn't about reality.  
It's about the transformation of imagination, about creativity, about belief.  
That basically, if you believe, you can make anything happen\*\* ». »

C'est fait. En moins d'une semaine, *Kony 2012* est devenue la vidéo la plus « virale » de l'histoire d'Internet et des médias sociaux. Invisible Children, la jeune ONG californienne qui l'a produite, a atteint en quelques jours son objectif de faire de Joseph Kony, le leader de la Lord's Resistance Army (LRA), une célébrité. Le film de 30 minutes a recueilli 100 millions de visites six jours à peine après sa mise en ligne sur *Youtube*, battant d'une courte tête la performance de Susan Boyle au *Britain's got talent* (100 millions de visites en neuf jours) et reléguant loin derrière le clip *Bad Romance* de Lady Gaga (100 millions de

visites en dix-huit jours)<sup>1</sup>. Coïncidence du calendrier, *Kony 2012* a déferlé sur Internet et les médias sociaux au moment où, en Ouganda, se jouait la première de *Machine Gun Prayer* (2011). Ce film du réalisateur Marc Forster met en scène Sam Childers, un ancien membre d'un gang de motards, dealer de drogue, qui trouve le chemin de la rédemption en se convertissant au christianisme et en consacrant sa vie à sauver des enfants victimes de la LRA au Nord de l'Ouganda et au Sud-Soudan. Mise en abyme intéressante : c'est après le visionnage d'un reportage télévisé sur le conflit que Sam Childers a décidé de changer de vie...<sup>2</sup>

\* Invisible Children, « Who we are », <invisiblechildren.com>.

\*\* Marc Forster à propos de son film *Finding Neverland*, cité par Kristin Hohenadel, « Behind the Writer Behind Peter Pan », *The New York Times*, 7 novembre 2004.

1. Visible Measures, « Update: Kony Social Video Campaign Tops 100 Million Views », 12 mars 2012, <corp.visiblemeasures.com>.

2. H. Matsiko, « Uganda: "Rambo" Russell's video », *The Independent*, 17 mars 2012.

Depuis sa création en 2004 par trois étudiants de San Diego tout juste de retour d'une équipée filmique au nord de l'Ouganda, Invisible Children a organisé plusieurs campagnes de sensibilisation sur les atrocités de la LRA, articulées autour de la production de films, d'actions sociales et de *happenings* dans les grandes villes nord-américaines<sup>3</sup>. Elle a notamment activement participé à la très efficace campagne de lobbying politique conduisant à la signature par le président Obama de la Loi sur le désarmement de la LRA en 2010 et au déploiement de 100 «conseillers militaires» américains en Ouganda et en République centrafricaine fin 2011.

À grands renforts d'histoires de vie de victimes du groupe armé et de ressorts émotionnels classiques autour de l'enfance universelle, *Kony 2012* appelle cette fois à faire pression pour le maintien de forces américaines dans les zones affectées par la LRA afin de permettre l'arrestation de Joseph Kony avant la fin de l'année 2012. La vidéo recourt à l'usage imprudent de chiffres non vérifiés et non vérifiables, aux distorsions, à la sur-simplification, au manichéisme, aux approximations factuelles et aux télescopages douteux (entre Kony, Ben Laden et Hitler notamment)<sup>4</sup>. Tout cela

a été relevé en détail dans le flot de commentaires Internet et médiatiques qui ont suivi la mise en ligne de la vidéo<sup>5</sup>. Les mêmes critiques avaient déjà été formulées en 2004 sur le premier film de l'ONG, *Invisible Children: Rough Cuts*<sup>6</sup>. Mais, au final, la nature inédite du phénomène ne tient pas à ce que la vidéo nous dit de Joseph Kony, de la LRA ou des modes de résolution du conflit, mais à ce qu'il révèle des nouveaux modes de mobilisation numériques de la jeunesse occidentale, de la manière dont elle redéfinit – *via* les nouveaux médias sociaux – son rapport à l'Autre et au monde et de la transformation sub-séquente de l'industrie de l'humanitaire et de la levée de fonds.

La campagne d'Invisible Children participe de l'irruption contemporaine des médias sociaux dans l'espace public. Elle affiche sa volonté de pallier les déficits d'attention de la communauté internationale en apportant au lobbying classique et à la diplomatie des célébrités la valeur ajoutée d'une virtuosité dans l'art filmique et de l'usage des réseaux de sociabilité virtuels. À l'échelle du conflit, la vidéo est en soi un non-événement.

«Chasing the Kony story», in T. Allen et K. Vlassenroot (dir.), *The Lord's Resistance Army: Myth and Reality*, Londres, Zed Books, 2010, p. 93-112.

3. «The Global Night Commute» en 2006, «Displace Me» en 2007, «The Rescue» en 2009 et «Invisible Children 25» en 2011. Voir <[invisiblechildren.com](http://invisiblechildren.com)>.

4. En cela, Invisible Children n'est pas une exception. Voir S. Perrot, «Les sources de l'incompréhension : production et circulation des savoirs sur la Lord's Resistance Army», *Politique africaine*, n° 112, décembre 2008, p. 140-160. Voir également M. Schomerus,

5. Voir la longue liste d'articles critiques compilée par le Centre d'études africaines de l'Université du Michigan sur <[africa.unc.edu/info/kony\\_2012\\_critiques.pdf](http://africa.unc.edu/info/kony_2012_critiques.pdf)>.

6. Voir A. Nibbe, *The Effects of a Narrative: Humanitarian Aid and Action in the Northern Uganda Conflict*, thèse de doctorat en anthropologie, University of California, Davis, 2010, p. 225-267 (thèse en cours de publication).

Au nord de l'Ouganda, par-delà la colère et la frustration des populations d'être à nouveau dépossédées des atrocités subies (y compris de la part de l'armée ougandaise) à des fins de mise en avant de jeunes « héros » occidentaux et de commercialisation du conflit<sup>7</sup>, l'actualité est tout autre. La LRA, qui n'y a pas commis d'attaques depuis 2006, a laissé place à une autre insécurité, quant à elle beaucoup moins médiatique : celle d'une épidémie infantile de syndrome sterno-cléido-mastoïdien, ou « maladie du tremblement », qui a déjà touché plus de 3 000 enfants, dont on ne connaît pas les causes, et qui, pour être enrayerée, nécessiterait plus de personnel et... de fonds pour la recherche et le traitement<sup>8</sup>.

Rendre célèbre Kony en diffusant la vidéo et en placardant son poster dans les rues des villes occidentales ne règlera pas, au Congo ou en Centrafrique, la difficile praticabilité du terrain d'opération, la faible coordination et les tensions grandissantes entre états-majors ougandais, congolais et centrafricains engagés sur le terrain depuis décembre 2008<sup>9</sup>, ni

7. Voir notamment la projection publique de la vidéo organisée par l'ONG African Youth Initiative Network (Ayinet) au nord du pays qui s'est terminée par des jets de pierre. Voir le billet de M. Webb, « Ugandans React with Anger to Kony Video », blog *Al Jazeera*, 14 mars 2012, <blogs.aljazeera.net>.

8. Plusieurs hypothèses sont actuellement avancées pour expliquer cette maladie : une origine parasitaire, une origine chimique, ou encore l'hypothèse qu'elle serait contractée par des enfants ayant ingéré des graines de l'aide alimentaire à l'agriculture et imprégnées de produits toxiques.

9. Les troupes ougandaises déployées dans la région depuis l'échec des pourparlers de paix de Juba et le début de l'opération conjointe « Lightning Thunder » en décembre 2008 ont été réduites des trois quarts

même les divergences stratégiques persistantes entre Washington, l'Agence des États-Unis pour le développement international (USAID), le Département d'État américain et celui de la Défense – pas plus que cela ne viendra à bout de l'extrême mobilité de la LRA et de son étonnante capacité d'adaptation et de mutation organisationnelle. Le véritable travail de traque de Kony ne se fait pas à tue-tête dans les rues de San Diego, Washington ou New York, mais se joue en sourdine, aux confins de la République centrafricaine, à l'échelle de quelques centaines de soldats régionaux tout au plus et d'une poignée de forces spéciales américaines.

En revanche, la vidéo est un événement en matière d'usage humanitaire des

---

en amont des élections de février 2011. Au moins un tiers des soldats de l'Uganda People's Defence Forces (UPDF, forces armées ougandaises) déployés en République centrafricaine sont d'anciens membres de la LRA souvent contraints par l'armée à rejoindre la lutte anti-LRA. Voir L. Cakaj, *Too Far from Home: Demobilizing the Lord's Resistance Army*, Washington, Enough Project, février 2011. La mission de l'Union africaine officiellement créée le 23 mars 2012, et qui, théoriquement, doit venir renforcer les opérations régionales anti-LRA en mobilisant 5 000 troupes ougandaises, centrafricaines, congolaises et sud-soudanaises supplémentaires sous commandement ougandais devra d'abord sécuriser son propre financement et lisser les tensions régionales entre les états-majors. Le gouvernement congolais, comme l'avait fait avant lui le gouvernement centrafricain, a accusé l'armée ougandaise de mettre à profit son expédition militaire pour exploiter illégalement les ressources naturelles. À la demande de Kinshasa, l'UPDF ne dispose plus de bases officielles au Congo, où la LRA reste pourtant active. L'armée ougandaise est également accusée de favoriser la prostitution, notamment la prostitution de mineures autour de ses bases militaires en RCA.

médias sociaux. Car sous des apparences de naïveté juvénile, cette équipe d'artistes, de webmasters et de jeunes diplômés en communication de masse et en mathématiques appliquées a en effet développé une maîtrise implacable du marketing viral. La première bande-annonce de cette campagne de plaidoyer a été postée dès décembre 2011 sur *Vimeo*, un site plus sélectif que *Youtube* sur le contenu des films qu'il héberge et dont l'usage est destiné aux professionnels de la vidéo mais aussi aux Églises et aux organisations humanitaires. La diffusion virale de la vidéo a effectué son galop d'essai et percolé sur *Vimeo* à partir du 20 février 2012 avant d'exploser en quelques heures lors de la mise en ligne sur *Youtube* le 5 mars 2012, court-circuitant les agendas des Nations unies, gouvernements et autres médias pour imposer sa propre temporalité de mise en avant du conflit<sup>10</sup>.

La dissémination virale a donc d'abord été assurée à la fois par les *pre-viewers* professionnels de *Vimeo* mais aussi par les réseaux capillaires anciens construits par Invisible Children autour des campus américains et des Églises évangéliques lors du travail de diffusion de leur premier film en 2004-2005. L'après-vente de *Kony 2012* a ensuite été assurée par une présence envahissante sur tous les médias sociaux pour maximiser son référencement (y compris *via* une application

10. Voir Visible measures, « Kony Social Video Campaign Fastest Growing in History », 9 mars 2012, <corp.visiblemeasures.com>. Voir également la cartographie de l'activité des gazouillis sur Twitter faisant référence à Kony ou à Kony 2012 du 1<sup>er</sup> janvier au 17 mars 2012 compilée par un membre de Vimeo sur <vimeo.com/38760508>.

pour téléphone mobile du « LRA Crisis Tracker » mis en place par Invisible Children pour cartographier les attaques de la LRA ou référencées comme telles<sup>11</sup>) et par une multitude de produits dérivés (bracelets, tee-shirts, affiches, etc.). Invisible Children interpelle sur son site Internet un cercle restreint de « faiseurs de culture » et de décideurs politiques susceptibles de répercuter efficacement ce même sur Internet<sup>12</sup>.

La vidéo, à l'esthétique élaborée et inspirée du rythme saccadé des clips de *MTV*, ne vise qu'un public : celui de la jeunesse nord-américaine. Elle assomme le spectateur d'une seule injonction – partager cette vidéo – et l'associe à un message positif destiné à convaincre l'internaute que par ce geste simple, il pourra lui aussi changer le monde. Point trop d'éléments complexes et contextuels : le message ne vise pas la compréhension mais l'action, une action prédéfinie, immédiate, réactive, à portée

11. L'ONG a installé des antennes haute fréquence dans le Haut-Uélé au Congo afin de permettre aux populations locales de relayer les attaques de la LRA au bureau central d'Invisible Children. Classées sur une échelle de fiabilité de 1 à 5, les informations de niveau 2 et plus sont ensuite relayées à l'Office des Nations unies pour la coordination des affaires humanitaires (Unocha) et mises à disposition de la Mission de l'Organisation des Nations unies pour la stabilisation en République démocratique du Congo (Monusco) et des états-majors de l'opération régionale conjointe. Invisible Children n'indique cependant pas les modes de classification de l'information, pas plus que les procédures de croisement ou de vérification des données.

12. Sur Internet, un même désigne un phénomène de reprise massive et mimétique d'une vidéo, d'un hyperlien, d'un message ou d'une idée.

de clic. Invisible Children ne s'attarde pas non plus sur les images chocs et négatives de la guerre. Elle les entrecoupe d'images fixes et esthétisées, plus supportables, d'enfants soldats et de longues scènes de liesse positives et autocentrées d'une jeunesse occidentale en action. De manière pleinement assumée<sup>13</sup> et dans la même veine que la campagne « Save Darfur », *Kony 2012* dépolitise et déhistoricise le conflit. Elle en lisse les aspérités pour élever la mobilisation numérique au rang de cause morale et en faire un geste de solidarité internationale de jeune à jeune<sup>14</sup>. Fondamentalement, le succès de cette campagne capitalise sur une connaissance fine des aspirations identitaires de cette « génération Y<sup>15</sup> » élevée dans un monde où l'ordinateur portable, le jeu vidéo et Internet définissent un mode de vie. Sur *Facebook*, comme sur *Twitter* ou sur tout autre média social, cet activisme numérique définit l'internaute en tant que personne, construit son profil, l'inscrit dans une

communauté et définit son rapport au monde.

L'élévation de la vidéo au rang de phénomène social comporte cependant plusieurs limites : se pose d'abord la question de la convertibilité financière de cette influence sociale (les marketeurs parleraient de *social currency*) acquise par la vidéo et de son utilisation subséquente. En 2009, le sociologue et blogueur Evgeny Morozov avait relevé à propos du groupe « Saving the Children of Africa » que ses 1,2 million de membres sur *Facebook* n'avaient à eux tous levé qu'un fonds de 6 000 dollars US (soit moins de 1 centime d'euro par personne)<sup>16</sup>. Selon *The Guardian*, Invisible Children a récolté 5 millions de dollars US (environ 3,7 millions d'euros) en 48 heures, ce qui, non par le montant mais par le temps passé à le collecter, plaçait cette campagne de levée de fonds parmi les plus rapides de l'histoire de l'humanitaire<sup>17</sup>. Reste à savoir si, sur le temps, la mobilisation financière de la jeunesse (ou, par ricochet, de leurs parents) atteindra les montants des campagnes plus classiques.

Au-delà de l'écho local de la controverse, qui a conduit au nord de l'Ouganda à l'annulation des projections publiques de la vidéo<sup>18</sup>, il faut également s'interroger sur les effets d'autorégulation des mobilisations numériques. La diffusion virale de la vidéo connaît à présent

13. Voir notamment la réponse écrite d'Invisible Children aux critiques sur <invisiblechildren.com> et la réponse vidéo par le directeur de l'ONG, Ben Keeseey, sur <vimeo.com/38344284>.

14. Pour l'analyse du mouvement « Save Darfur », voir M. Mamdani, *Saviors and Survivors*, New York, Pantheon, 2009. Voir également la controverse autour des vidéos tournées en mars 2012 par George Clooney sur les bombardements indiscriminés du gouvernement soudanais sur les Monts Nuba. Il est intéressant de noter que George Clooney était accompagné lors de son séjour au Soudan par John Prendergast, ancien conseiller aux affaires africaines de Susan Rice, directeur de l'ONG Enough et l'un des parrains d'Invisible Children.

15. M. Dagnaud, *Génération Y. Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*, Paris, Presses de Sciences Po, 2011.

16. Voir le billet de E. Morozov, « From slacktivism to activism », blog *Foreign Policy*, 5 septembre 2009.

17. T. McCarthy, « Kony 2012 Gets 70m Hits in a Week », *The Guardian*, 9 mars 2012.

18. « Kony 2012 Screenings Cancelled in Northern Uganda », *CBC News*, 15 mars 2012.

(quinze jours à peine après sa mise en ligne) un essoufflement dont il est difficile de savoir s'il est lié au fait que la plus grande part du cœur de cible a été atteinte ou à la contre-mobilisation critique des professionnels de l'humanitaire, des milieux académiques mais aussi d'une autre partie de la « génération Y » via des clips vidéo, des billets de blog, des gazouillis ou des commentaires sur les différents sites Internet mettant en doute la crédibilité de l'association et questionnant aujourd'hui ses bilans financiers<sup>19</sup>.

**Q**uoi qu'il en soit, cette vidéo établit à l'évidence un précédent. Elle matérialise avec succès une réflexion en cours depuis quelques années au sein de l'humanitaire sur l'efficacité de ce mode de mobilisation viral. Parmi les 100 millions de visiteurs de la vidéo, les plus attentifs auront certainement été les autres organisations à but non lucratif et autres organismes de levée de fonds. *Kony 2012* est devenue un cas d'école dont l'industrie caritative tire déjà les leçons<sup>20</sup>, un étalon à l'aune

duquel on mesurera désormais la réussite d'une campagne de plaidoyer. « Les gens sont alléchés par le potentiel que cela suggère », commente Suzanne Nossel, la directrice exécutive d'Amnesty International-États-Unis : « Tout au long de la semaine dernière, la campagne a été un sujet brûlant parmi les leaders de l'industrie non lucrative. Au fil des ans, nous avons atteint cette échelle de grandeur. Mais pas autour d'une seule cause ou en diffusant une seule vidéo »<sup>21</sup>. Il faudra donc désormais faire du *Kony 2012*... à condition d'en assumer ensuite les controverses qui, ironiquement, ont participé de son succès.

Sandrine Perrot  
Sciences Po – Centre d'études  
et de recherches internationales (CERI)

19. Voir par exemple Juice Rap News, « Yes We Kony », 12 mars 2012, <[youtube.com/watch?v=68GbzIkYdc8](http://youtube.com/watch?v=68GbzIkYdc8)>; Hyperaptive, « Kony 2012 (Truth or Deceit?). Do Your research! », 8 mars 2012, <[youtube.com/watch?v=iUznceF4XkU](http://youtube.com/watch?v=iUznceF4XkU)>; ou encore, pour une version très satirique, TranceMcShady, « Shit Kony 2012'ers Say », 15 mars 2012, <[youtube.com/watch?v=LJRVLVEI1NA](http://youtube.com/watch?v=LJRVLVEI1NA)>.

20. Pour quelques exemples parmi beaucoup d'autres, voir le billet de J. Mogus, « Why Your Non-profit Won't Make a Kony 2012 », 13 mars 2012, sur <[communicopia.com](http://communicopia.com)> ; celui de A. Kapin, « Blog Roundup: Lessons from Kony 2012 Video

Campaign », 18 mars 2012, sur <[frogloop.com](http://frogloop.com)> ; celui de J. Boland, « 5 Lessons for Fundraisers From Kony 2012 », 15 mars 2012, sur <[fundraisingsuccessmag.com](http://fundraisingsuccessmag.com)>. Pour un point de vue critique, voir P. Ancery et C. Guillet, « Stop Kony 2012 invente l'humanitaire 2.0 », *Slate.fr*, 12 mars 2012.

21. Citée dans le billet de G. Pros, « "Kony 2012" Video Demonstrates Potential for Nonprofit Advocacy », 17 mars 2012, sur <[grantpros2011.wordpress.com](http://grantpros2011.wordpress.com)>.