Effet Streisand : des cas célèbres, un dénominateur absent

Tyler Kohler . 10 novembre 2026 . note 06

RESUME

L'effet Streisand sert de règle de prudence : toute tentative de retrait amplifierait ce qu'elle vise. Cette note examine sur quoi repose la règle. J'y défends l'hypothèse que l'effet existe, qu'il est conditionnel, et que sa fréquence ne peut pas être estimée, parce que les cas connus sont sélectionnés sur leur issue et que les retraits restés sans écho ne laissent aucune trace publique. Le mécanisme est décrit en cinq étapes, appuyé sur la théorie de la réactance, sur un modèle de signal, sur les travaux consacrés à la censure d'État et sur la seule étude qui mesure l'effet auprès de demandeurs de déréférencement. Je propose d'appeler dénominateur absent ce défaut de l'échantillon. Les limites de l'argument sont exposées.

Effet Streisand
Augmentation de l'audience d'une information consécutive à une tentative visible de la faire retirer ou de la rendre moins accessible, au-delà de l'audience qu'elle aurait eue sans cette tentative.

Réactance
État motivationnel décrit par Brehm (1966) : une personne dont une liberté est menacée ou supprimée cherche à la rétablir, ce qui accroît l'attrait de l'option interdite.

Sélection sur l'issue
Constitution d'un échantillon à partir des seuls cas où le résultat étudié s'est produit. Geddes (1990) montre qu'elle interdit de conclure sur les causes de ce résultat.

Visibilité de la tentative
Degré auquel la démarche de retrait est elle-même portée à la connaissance de tiers : procédure publique, mise en demeure publiée par son destinataire, liste de contenus retirés diffusée par un intermédiaire.

En 2003, Barbra Streisand assigne le photographe Kenneth Adelman et réclame cinquante millions de dollars. Elle demande le retrait d'une vue aérienne de sa propriété de Malibu, prise parmi quelque 12'000 clichés destinés à documenter l'érosion du littoral californien. Selon les chiffres couramment rapportés, l'image avait été téléchargée six fois avant la procédure, dont deux par ses propres avocats, et le site a reçu plus de 420'000 visites dans le mois qui a suivi. La demande a été rejetée. Mike Masnick a donné son nom au phénomène en 2005, sur le site Techdirt, à propos d'une autre affaire.

L'anecdote est devenue une règle de prudence, que l'on oppose à toute démarche de retrait : y toucher serait amplifier. Une règle tirée d'un cas appelle une question que l'on pose rarement : sur combien de tentatives ce résultat se produit-il ?

L'hypothèse et ses conditions de validité

Hypothèse : l'effet Streisand existe, il est conditionnel, et sa fréquence est inconnue. Le retour de flamme dépendrait moins du retrait que de trois conditions : la visibilité de la tentative, l'identité de celui qui la porte, l'existence de copies hors de sa portée. La règle de prudence, elle, repose sur un échantillon de cas retenus parce qu'ils ont mal tourné.

L'hypothèse a un périmètre. Elle porte sur des informations déjà accessibles à des tiers : une information que personne ne détient ne peut pas rebondir. Elle suppose un public capable

d'apprendre que la tentative a eu lieu. Elle ne dit rien du bien-fondé d'une démarche, qui relève du droit et que je n'examine pas ici.

Elle serait réfutée par un recensement de tentatives de retrait, constitué sans égard à leur issue, dans lequel le retour de flamme serait majoritaire. Je n'ai trouvé aucun recensement de ce type.

Quatre termes définis avant usage

L'usage courant appelle effet Streisand toute publicité non désirée. La définition que j'emploie exige une comparaison avec ce qui se serait produit sans la tentative.

Cette comparaison est rarement possible, ce qui est déjà une partie du problème : l'audience qu'aurait eue l'information sans la démarche n'est pas observable.

Le deuxième terme vient de la psychologie sociale et fournit le ressort individuel le plus souvent invoqué.

Le troisième vient de la méthodologie des sciences sociales.

Le dernier désigne la variable que la règle de prudence ignore.

Le mécanisme proposé

Première étape, la tentative devient un fait. Une demande de retrait est un événement distinct de l'information visée. Elle a une date, un auteur, un destinataire, parfois un document. Tant qu'elle reste connue des seules parties, rien ne se produit. Le mécanisme commence au moment où un tiers l'apprend.

Deuxième étape, le signal. Hagenbach et Koessler (2017) formalisent ce moment par un jeu de signal. Une personnalité sait si une image déjà diffusée est embarrassante ou anodine, et peut chercher à la faire disparaître. Le public observe la tentative et décide de l'effort qu'il consacre à retrouver l'image. Censurer réduit les chances que l'image soit vue, et révèle du même geste qu'elle mérite d'être cherchée. Entre acteurs pleinement rationnels, la censure ne peut pas se produire à l'équilibre lorsque l'image a peu de chances d'être trouvée par un public qui la croit anodine. Elle apparaît quand les acteurs ne saisissent qu'en partie la valeur de signal du geste : la personnalité censure alors même que cela augmente la probabilité que l'image soit trouvée. L'article est un modèle théorique, sans données.

Troisième étape, la réactance. Brehm (1966) pose qu'une liberté menacée gagne en attrait. Worchel et Arnold (1973) en donnent une application à la censure : des étudiants informés qu'un discours leur est interdit désirent davantage l'entendre, et leur attitude à l'égard de la position défendue se modifie sans qu'ils l'aient entendu, dans un sens qui dépend de l'opinion qu'ils ont du censeur. Worchel, Arnold et Baker (1975) précisent la portée du résultat. La censure accroît le désir d'entendre le discours et rapproche l'auditoire de sa position dans toutes les conditions testées sauf une : lorsqu'un censeur apprécié et compétent interdit un discours avec lequel l'auditoire était en désaccord, le désir de l'entendre diminue.

Bushman et Stack (1996) obtiennent un résultat voisin sur les avertissements placés avant des programmes violents : l'avertissement accroît l'intérêt pour le programme, davantage lorsque sa source fait autorité, et davantage qu'une simple mention informative. La méta-analyse de Rains (2013), sur vingt études et 4'942 participants, établit que la réactance se laisse mesurer comme un mélange de colère et de contre-argumentation. Elle porte sur des messages persuasifs. La censure n'y est pas étudiée. Tous ces travaux sont des expériences de laboratoire, conduites sur des

étudiants, avec des discours et des programmes sans enjeu pour eux.

Quatrième étape, l'asymétrie des parties. Jansen et Martin (2015) décrivent le retour de flamme comme l'échec de cinq tactiques de réduction de l'indignation : dissimuler l'acte, dévaloriser la cible, réinterpréter les faits, recourir à des procédures d'apparence légitime, intimider. La tentative devient un récit dès lors qu'elle oppose un puissant à plus faible que lui. Les expériences de Worchel vont dans le même sens par un autre chemin : l'identité du censeur modifie la réaction.

Cinquième étape, la copie. Le retrait échoue matériellement si l'information subsiste ailleurs. Dans le cas d'origine, l'image restait en ligne pendant la procédure. La tentative a donc produit le signal sans produire l'indisponibilité.

Ce que montre la littérature, et à quelles conditions

Les mesures de terrain portent presque toutes sur la censure d'État. Hobbs et Roberts (2018) étudient le blocage d'Instagram en Chine à partir de millions d'actions individuelles : le blocage a conduit des millions d'utilisateurs à s'équiper de réseaux privés virtuels, à rejoindre des plateformes déjà interdites et à y consulter des contenus politiques qui ne les intéressaient pas auparavant. Les auteurs délimitent eux-mêmes la condition : une censure soudaine, appliquée à une information jusque-là libre, auprès d'utilisateurs habitués à y accéder.

Pan et Siegel (2020), sur plus de 300 millions de messages et des données de recherche couvrant 2010 à 2017, observent que l'emprisonnement de personnalités saoudiennes a fait taire les personnes emprisonnées. Il n'a pas réduit la contestation d'ensemble : leurs abonnés se sont exprimés davantage, et la répression a attiré l'attention sur les personnes arrêtées et sur leur cause. Nabi (2014) relève, à partir de classements d'audience et de volumes de recherche, la popularité accrue de contenus bloqués au Pakistan et en Turquie. Son travail est descriptif et ne comporte pas de groupe de comparaison.

Le même champ fournit le résultat contraire. Roberts (2018) soutient que la censure la plus répandue n'interdit rien de façon spectaculaire. Elle renchérit l'accès à une information ou la noie sous d'autres contenus, et elle atteint son but auprès d'un public peu motivé, précisément parce qu'il ne la remarque pas. La censure visible, appuyée sur la crainte, est celle qui expose au retour de flamme. La variable qui sépare les deux régimes est la visibilité.

Transposer ces résultats à la démarche d'un particulier ou d'une entreprise serait une extrapolation. Un État bloque un service utilisé par des millions de personnes. Une personne demande le retrait d'une page que presque personne n'a lue.

Une seule étude, à ma connaissance, mesure l'effet dans une situation proche. Xue et coauteurs (2016) partent de 283 pages de presse britannique déréférencées au titre du droit à l'oubli, connues parce que des médias avaient republié la liste des articles retirés des résultats. Ils parviennent à identifier 80 demandeurs, pour 103 de ces pages. Ils comparent ensuite la visibilité de chaque nom pendant les soixante jours qui précèdent et les soixante jours qui suivent la republication. Sur les 22 demandeurs pour lesquels des données de recherche existent, dix voient leur visibilité augmenter et douze la voient diminuer. Sur les 44 pour lesquels des messages publics ont pu être collectés, vingt augmentent et vingt-quatre diminuent.

Les auteurs en concluent que l'effet n'est pas général. Ils relèvent que les hausses sont en moyenne plus fortes que les baisses, ce qui laisse ouverte la possibilité qu'une partie des demandeurs soit touchée, et ils n'écartent pas l'explication par le bruit. Il faut ajouter ce que le dispositif a de particulier : ces demandes avaient été rendues visibles par la republication, soit la condition la plus

défavorable. Moins de la moitié des noms ont pourtant gagné en visibilité.

La même étude établit un fait moins rassurant. La discrétion d'un déréférencement n'est pas garantie : une méthode d'inférence permet de retrouver des pages déréférencées et le nom de leurs demandeurs à partir d'éléments publics.

Un concept proposé : le dénominateur absent

Geddes (1990) a montré, sur trois études réputées de politique comparée, ce que produit un échantillon retenu sur son résultat. En n'examinant que les cas où l'issue étudiée s'est produite, on prend pour des causes des traits que l'on retrouverait aussi dans les cas où elle ne s'est pas produite. Testées sur des cas choisis sans égard au résultat, les trois conclusions changent.

La littérature sur l'effet Streisand est construite de cette façon, et Jansen et Martin le reconnaissent : leurs cas sont retenus parce que la suppression y a échoué, et les suppressions réussies sont par nature invisibles. Un retrait obtenu sans bruit ne produit ni article, ni entrée d'encyclopédie, ni nom de phénomène.

Je propose d'appeler dénominateur absent ce défaut. La fréquence d'un retour de flamme est un rapport. Son numérateur, les cas célèbres, est connu parce qu'il est célèbre. Son dénominateur, l'ensemble des tentatives, n'est tenu par personne.

Un ordre de grandeur existe pour une seule catégorie de démarches. Bertram et coauteurs (2019), une équipe de Google, analysent 3,2 millions d'adresses dont le déréférencement a été demandé en cinq ans au titre du droit européen. L'article ne mesure pas l'écho public de ces demandes, et je ne peux pas en tirer un taux. Il indique seulement que les démarches se comptent par millions quand les cas célèbres se comptent par dizaines.

Le concept ne dit pas que le risque est faible. Il dit que personne ne le connaît, et que la règle de prudence affirme davantage que ce que son échantillon autorise.

Limites et zones d'incertitude

L'argument vaut dans les deux sens. L'absence de dénominateur interdit de tenir le retour de flamme pour probable. Elle interdit tout autant de le tenir pour rare. Je ne dispose d'aucune donnée propre, et je ne tire aucun chiffre de dossiers traités.

L'étude de Xue et coauteurs repose sur de petits effectifs, 22 et 44 noms, sur une seule presse nationale et sur une fenêtre de soixante jours. Elle mesure la visibilité d'un nom. La consultation de l'article visé n'y est pas mesurée. Un nom peut gagner en visibilité pour une raison étrangère à la demande.

Les expériences sur la réactance mesurent un désir déclaré et une attitude, en laboratoire. Aucune ne mesure un comportement de recherche effectif, encore moins une diffusion. Le passage d'un désir individuel à une cascade suppose des relais, qui relèvent d'un autre mécanisme, décrit dans la note sur la crise de réputation.

Les trois conditions de l'hypothèse ne sont pas pondérées. Je ne sais pas laquelle pèse le plus, ni si elles se cumulent ou se compensent. Le modèle de Hagenbach et Koessler suggère que la probabilité de trouver l'information compte autant que le signal. Aucune donnée ne le confirme.

Enfin, les cas célèbres ont un trait commun que je n'ai pas isolé : la notoriété du demandeur. Elle rend la tentative intéressante en elle-même. La part de l'effet qui revient à la célébrité, et qui ne

concernerait donc pas un demandeur ordinaire, n'a pas été mesurée.

Implications

Ce qui suit hérite des limites exposées plus haut, et ne constitue pas un avis sur le bien-fondé juridique d'une démarche.

La question utile porte sur les témoins de la démarche plus que sur son principe. Qui apprendra qu'une demande a été faite, par quel canal, et avec quel intérêt à le faire savoir ? Une procédure publique, une mise en demeure adressée à un auteur qui publie ses courriers, une demande dont l'intermédiaire informe l'éditeur n'ont pas la même visibilité qu'une démarche connue des seules parties.

L'identité du demandeur pèse sur la lecture de la tentative. Le résultat de Worchel, Arnold et Baker et le cadre de Jansen et Martin convergent : la même demande ne produit pas le même récit selon qu'elle émane d'une partie perçue comme puissante ou comme légitime. Le ton d'une demande appartient à cette variable.

L'état des copies se constate avant d'agir. Une information reprise sur plusieurs supports hors de portée ne devient pas indisponible par le retrait d'un seul, et la tentative produit alors un signal sans contrepartie.

S'abstenir a aussi un coût, que la règle de prudence ne compte pas. Une information laissée en place reste consultable, se répète, et continue d'occuper les résultats servis pour un nom. J'ai décrit ce coût dans la note sur la gestion de la perception, et les délais d'une démarche contentieuse dans la note sur treize ans de procédure.

Le cas d'origine réunissait les trois conditions à leur maximum : une procédure publique, une demanderesse mondialement connue, une image qui restait en ligne. Il renseigne sur cette configuration. La conclusion qu'on en tire d'ordinaire s'étend à des démarches qui n'en présentent aucune.

REFERENCES

BREHM, Jack W (1966). A Theory of Psychological Reactance. New York, Academic Press.

WORCHEL, Stephen et ARNOLD, Susan E (1973). The effects of censorship and attractiveness of the censor on attitude change. Journal of Experimental Social Psychology, vol. 9, no 4, p. 365-377.

WORCHEL, Stephen, ARNOLD, Susan et BAKER, Michael (1975). The Effects of Censorship on Attitude Change: The Influence of Censor and Communication Characteristics. Journal of Applied Social Psychology, vol. 5, no 3, p. 227-239.

GEDDES, Barbara (1990). How the Cases You Choose Affect the Answers You Get: Selection Bias in Comparative Politics. Political Analysis, vol. 2, p. 131-150.

BUSHMAN, Brad J. et STACK, Angela D (1996). Forbidden fruit versus tainted fruit: Effects of warning labels on attraction to television violence. Journal of Experimental Psychology: Applied, vol. 2, no 3, p. 207-226.

RAINS, Stephen A (2013). The Nature of Psychological Reactance Revisited: A Meta-Analytic Review. Human Communication Research, vol. 39, no 1, p. 47-73.

NABI, Zubair (2014). Censorship is futile. First Monday, vol. 19, no 11 (titre publie avec le mot Resistance biffe en tete).

JANSEN, Sue Curry et MARTIN, Brian (2015). The Streisand Effect and Censorship Backfire. International Journal of Communication, vol. 9, p. 656-671 (acces libre).

XUE, Minhui, MAGNO, Gabriel, CUNHA, Evandro, ALMEIDA, Virgilio et ROSS, Keith W (2016). The Right to be Forgotten in the Media: A Data-Driven Study. Proceedings on Privacy Enhancing Technologies, vol. 2016, no 4, p. 389-402.

HAGENBACH, Jeanne et KOESSLER, Frédéric (2017). The Streisand effect: Signaling and partial sophistication. Journal of Economic Behavior & Organization, vol. 143, p. 1-8.

HOBBS, William R. et ROBERTS, Margaret E (2018). How Sudden Censorship Can Increase Access to Information. American Political Science Review, vol. 112, no 3, p. 621-636.

ROBERTS, Margaret E (2018). Censored: Distraction and Diversion Inside China's Great Firewall. Princeton, Princeton University Press.

BERTRAM, Theo, BURSZTEIN, Elie, CARO, Stephanie et coauteurs (2019). Five Years of the Right to be Forgotten. Proceedings of the 2019 ACM SIGSAC Conference on Computer and Communications Security, p. 959-972.

PAN, Jennifer et SIEGEL, Alexandra A (2020). How Saudi Crackdowns Fail to Silence Online Dissent. American Political Science Review, vol. 114, no 1, p. 109-125.

Kohler, T. (2026). Effet Streisand : des cas célèbres, un dénominateur absent. Notes, tylerkohler.ch. https://tylerkohler.ch/notes/effet-streisand/