

ÉCOLE DE PSYCHOLOGUES PRATICIENS DE LYON, 4<sup>E</sup> ANNEE

Adeline Michel, A.C. Sordet et E. Moraillon

*Les rumeurs en tant que  
phénomène d'influence sociale*

*Dossier de psychologie sociale*

Dossier remis à M. Offroy, professeur de psychologie sociale.  
Mai 2004

# Sommaire

<b><u>Introduction</u></b> .....	<b>1</b>
<b><u>Chapitre I :</u></b> .....	<b>4</b>
<b><u>Histoire du concept de la rumeur et définitions</u></b> .....	<b>4</b>
A. <u>Histoire du concept de la rumeur</u> .....	4
B. <u>La problématique définitionnelle de la rumeur</u> .....	7
C. <u>Les genres voisins</u> .....	11
<b><u>Chapitre II :</u></b> .....	<b>17</b>
<b><u>Naissance d'une rumeur</u></b> .....	<b>17</b>
A. <u>Comment naît une rumeur ?</u> .....	17
B. <u>l'exemple de la rumeur d'Orléans</u> .....	19
C. <u>Où naissent les rumeurs ?</u> .....	21
D. <u>Les thèmes récurrents</u> .....	25
<b><u>Chapitre III</u></b> .....	<b>28</b>
<b><u>La vie des rumeurs : la propagation</u></b> .....	<b>28</b>
A. <u>La diffusion :</u> .....	28
B. <u>Pourquoi croyons-nous les rumeurs ?</u> .....	32
<b><u>Chapitre IV :</u></b> .....	<b>40</b>
<b><u>Interprétation</u></b> .....	<b>40</b>
A. <u>L'analyse du contenu</u> .....	40
B. <u>" La structure d'un mythe ou l'analyse de tous les termes de la rumeur"</u> .....	43
<b><u>Chapitre V :</u></b> .....	<b>49</b>
<b><u>La mort de la rumeur</u></b> .....	<b>49</b>
A. <u>Mort naturelle de la rumeur</u> .....	49
B. <u>L'antirumeur : peut-on éteindre une rumeur ?</u> .....	51
C. <u>La rumeur d'Orléans</u> .....	54
<b><u>Conclusion</u></b> .....	<b>57</b>
<b><u>Bibliographie</u></b> .....	<b>59</b>

## Annexes

# Introduction

L'influence sociale s'inscrit dans un schéma dans lequel chacun est sujet et objet, c'est un phénomène universel. L'influence sociale est un processus réciproque : « je participe moi même à l'influence que je reçois ». Chacun d'entre nous peut être influencé par la société ou être source de changement pour cette même société. Comment la société influence-t-elle l'homme ? Comment l'homme peut-il influencer la société ?

La rumeur est une influence sociale car elle peut prendre son origine dans un groupe ou dans une institution pour agir sur les comportements, les croyances, et les opinions d'un individu. Mais elle peut aussi partir d'un fait et avoir une influence sur toute une société. Il s'agit souvent d'une influence inconsciente car on ne se rend pas compte de la réalité de la rumeur et encore moins de l'impact de son message sur notre vie quotidienne.

Selon nous, la rumeur s'apparente à la légende urbaine. Il s'agit d'un récit ou d'un message qui n'est pas vérifié et qui transmet une information sortant de l'ordinaire. Elle se diffuse par le « bouche à oreille », mais aussi par les médias et disparaît comme elle est apparue.

Ainsi, on pourrait penser que la rumeur est un phénomène insidieux dans le sens où on ne perçoit pas tout de suite ce qu'elle est vraiment. A première vue, elle semble mal organisée, colportée au gré du vent et sans logique particulière, comme si elle était répandue par hasard. En réalité ce n'est pas le cas, bien au contraire. La rumeur est un message qui a ses propres règles, un mécanisme bien ancré et qui existe depuis longtemps.

Nous allons donc essayer de comprendre ce mécanisme en nous penchant sur les différentes étapes du développement de la rumeur. Ainsi nous allons étudier la vie de la rumeur : de sa naissance à sa mort.

Notre réflexion s'articule de la manière suivante : un axe théorique illustré par la rumeur d'Orléans, laquelle a fait l'objet d'une étude complète par Edgar Morin.

Comment peut-on définir une rumeur, depuis quand est-elle étudiée ?

Comment naît une rumeur ? Quels sont les thèmes récurrents ?

Comment se diffuse t-elle ? Pourquoi la croyons-nous ?

Comment peut-on l'interpréter ?

Comment meurt-elle ?

Autant de questions qui en amènent beaucoup d'autres auxquelles nous allons essayer de répondre tout au long de notre dossier.

# Chapitre I :

## Histoire du concept de la rumeur et définitions

### A. Histoire du concept de la rumeur.

#### Evolution du sens du mot

L'origine du mot rumeur : "**rumor**" signifie en latin "**bruit qui court, rumeur publique**". À l'origine, la rumeur désigne donc **le bruit confus de voix qui émane d'une foule**.

Au **XIII<sup>e</sup> siècle**, le mot rumeur a encore une autre connotation, celle de **bruit, tapage, querelle, révolte**. On trouve en effet les premières traces écrites du mot dans un document du parlement de Paris datant de 1274. Il désigne alors le "**haro**", le cri qu'était obligé de pousser tout citoyen s'il assistait à un crime de manière à attirer l'attention de la maréchaussée.

Au **XVI<sup>e</sup> siècle** le sens latin revient et c'est **les nouvelles qui se répandent** dans le public et dans l'opinion. La rumeur implique donc la notion de nouvelle d'information.

C'est en remontant vers le **XVIII<sup>e</sup> siècle** et vers la notion du bruit qu'apparaît les notions de vrai bruit et de faux bruit avec la notion un peu plus moderne de propagation et de démentit ou au contraire d'authentification de la rumeur.

Le mot continue à évoluer jusqu'à la **deuxième guerre mondiale** où il acquiert la signification que nous lui connaissons.

#### Les études sur la rumeur.

Le phénomène rumoral, qui a vu les sciences humaines s'intéresser à lui pendant la deuxième guerre mondiale, a depuis été examiné, décrit et expliqué sous une multitude d'angles d'approche.

Selon les auteurs, il a été étudié d'un point de vue sociologique (Reumaux, Morin), psychologique (Marc, Rouquette), sous l'angle des théories du récit (Campion-Vincent, Renard), d'un point de vue marketing (Kapferer), communicationnel et dans l'application de la gestion des crises (Kapferer), de la communication interne et relations publiques des entreprises (Gryspeerd), de son image dans la presse (Klein)...et même, mais dans une moindre mesure, du point de vue juridique. Pourtant, si le phénomène a été étudié sous de nombreux aspects, il a beaucoup de mal à être défini - nous traiterons de ce problème de définition dans les parties suivantes.

Bien que la rumeur soit un phénomène ancien et qui a sûrement toujours existé, elle est un concept récent, scientifiquement parlant.

Pour P. Froissart<sup>1</sup>, l'idée de la rumeur, comme phénomène social, a été construite. En effet, ce terme a connu une forte croissance au XX<sup>e</sup> siècle. La rumeur va devenir un outil d'observation

---

<sup>1</sup> *La rumeur : histoire ou fantasmes*, Belin, 2002, Paris.

du moral des populations. Le XX e siècle fera donc le lit d'une rumeur moderne, la notion va devenir fonctionnelle et fera partie des sciences sociales.

Froissart pense donc que la rumeur devient une réalité « de façon incidente » suite à l'article de **Stern**<sup>2</sup> en 1902. Cet article porte sur le témoignage et la psychologie judiciaire et marque alors la naissance de la rumeur comme concept des sciences humaines. Il est question d'une expérience qui met en place une rumeur expérimentale qui passe de sujet en sujet, l'expérimentateur relançant la rumeur et observant ce qui est diffusé entre les sujets. Froissart voit ici la véritable invention de la rumeur moderne et la mise en place de l'invariant des recherches futures. C'est **Oppenheim**<sup>3</sup> en 1911 qui va renforcer le concept et va définir la rumeur comme média de masse. Cette chercheuse va laisser sous-entendre dans un article la toute puissance des médias contre laquelle on ne pourrait rien. La rumeur va donc être associée pour la première fois à la foule, aux médias, au public.

Puis **Kirkpatrick** en 1932 va modifier le protocole de Stern. Il va souligner que l'information va se dégrader en circulant, mais on peut se demander si ce processus est seulement celui de la rumeur ou tout simplement celui de l'information en général. Pour Froissart, des lois peu solides vont être tirées de ce protocole, et seront le résultat d'une « fragile extrapolation » à une réalité appelée rumeur.

C'est avec **Allport et Postman** (1944) que les études sur la rumeur vont « décoller ». Apparues en temps de guerre pour combattre les fréquentes rumeurs qui démoralisaient les troupes et la population, ces premières études - commandées par l'armée américaine- s'intéressent au phénomène rumorale. Allport et Postman, à l'origine du protocole expérimental du « jeu du téléphone » conçoivent alors la rumeur comme : « *une proposition liée aux événements du jour, destinée à être crue, colportée de personne en personne, d'habitude par le bouche-à-oreille, sans qu'il existe des données concrètes permettant de témoigner de son exactitude.* ». Les travaux de ces deux auteurs s'inspirent de ceux de Stern, ils reprennent le même concept et l'intègrent dans un modèle de contrôle social fait de propagande et de stratégie militaire. La rumeur devient une arme de guerre, elle peut tuer. **Knapp** ( 1944), étudiant de Allport, la définit d'ailleurs comme: « *une déclaration destinée à être crue, se rapportant à l'actualité et répandue sans vérification officielle* ».

C'est donc pendant la seconde guerre mondiale que le lien entre rumeur, politique et propagande va être fait. Les rumeurs deviennent à cette époque des fausses informations diffusées sur des ondes ennemies. Dans ce cas là, le concept de rumeur a été utilisé comme contre-propagande, il devient politique.

## Les légendes urbaines

On peut remonter un peu plus dans le temps dans l'origine de l'étude des rumeurs, si l'on rapproche ce concept à celui de légende urbaine comme le fait Jean-Bruno Renard<sup>4</sup>. L'auteur repère qu'au **XVII e siècle**, **Fontenelle** explique la naissance des légendes par quatre facteurs principaux : l'ignorance des peuples concernant les lois de la nature, la force de l'imagination qui exagère les choses, la transmission orale des écrits qui aggrave la déformation de leur

---

<sup>2</sup> Louis – William Stern, jeune professeur américain, s'intéressant à l'étude de la psychologie du témoignage.

<sup>3</sup> Rosa Oppenheim, collaboratrice de Stern.

<sup>4</sup> *Rumeurs et légendes urbaines*, que sais-je, 1999, Paris.

contenu et, enfin, le rôle explicatif du mythe. Un sociologue d'aujourd'hui approuverait certainement ces conclusions selon Renard.

Cependant, il faut attendre les études folkloriques, nées au début du **XIX<sup>ème</sup> siècle**, pour que l'on s'intéresse réellement aux légendes.

L'intérêt scientifique pour les légendes urbaines est donc né il y a environ un siècle. Dès cette époque les « folkloristes » ont commencé à se pencher sur l'étude des légendes et ont tenté de trouver leur origine et leur signification. Ainsi, en 1886, le folkloriste **Gabriel Vicaire** se posait les questions suivantes, encore d'actualité : « Les villes n'ont-elles pas leur folklore comme les campagnes ? Ont-elles déjà livré leur secret qui n'est pas celui des gens de la terre ? ».

On trouve de nombreuses rumeurs prenant naissance au XIX<sup>ème</sup> siècle et notamment celles liées au progrès technique de l'époque : le chemin de fer. A l'époque, dans certains pays, on considérait cette invention comme diabolique. Ainsi en Turquie, la population pensait que la locomotive fonctionnait grâce à un diabolin que les Européens enfermaient dans une boîte de feu, et ses bonds de souffrance entraînaient le mouvement de la machine. En Allemagne, les paysans pensaient que le diable enlevait un passager à chaque voyage en guise de salaire.

Une rumeur a même traversé l'Amérique pour arriver en Europe expliquant qu'une locomotive maudite avait tué bon nombre de personnes : *« les machinistes du chemin de fer de Pennsylvanie viennent de mettre à l'index la locomotive n°1313, à laquelle ils reprochent une quantité de méfaits. Dès son premier essai elle a tué deux enfants. L'année suivante, elle se jeta dans un précipice, entraînant avec elle plusieurs wagons, noyant le machiniste, le chauffeur, six autres personnes, et en blessant un nombre considérable. Sortie des ateliers de réparation, elle se jeta dans un train de marchandises. Ce tamponnement eut pour résultats un mort et trois blessés. Quelques semaines après, la chaudière éclatait : le machiniste et un chauffeur étaient déchiquetés. Nouvelle visite à l'atelier de réparation : nouvelle sortie et nouvelle collision : trois tués. Puis une lampe à pétrole éclate sur la locomotive : le machiniste et le chauffeur sont grièvement blessés. Epouvantés, les mécaniciens ont refusé de monter sur cette tueuse d'hommes. La compagnie a dû finir par remiser la meurtrière machine. »*

Les rumeurs concernant les technologies modernes seront nombreuses par la suite et notamment les véhicules maudits portant malheur à leur propriétaire comme la voiture dans laquelle fut assassiné l'archiduc François-Ferdinand ou encore la Porsche de James Dean.

Une autre rumeur pris naissance dans les **années 1880** et est racontée par **Frédéric Ortoli** dans le journal « *La tradition* » (1894-95). Il s'agit de la légende de la princesse russe du cimetière du Père-Lachaise qui se répandit dans toute l'Europe et jusqu'aux Etats-Unis : *« On se souvient peut-être qu'en 1889 ou 1890, une légende commença à courir dans la presse, d'après laquelle une princesse russe aurait laissé un legs de 100 000 à 1 million de francs à la personne qui consentirait à passer un an et un jour dans la chapelle élevée sur sa tombe au Père-Lachaise. La morte était exposée, disait-on, dans un cercueil de verre, et pour que celui ou celle qui entreprendrait auprès d'elle cette longue veillée ne pût jamais la perdre de vue, les murs de la chapelle étaient revêtus de miroirs. L'exigeante légatrice n'autorisait point son compagnon ou sa compagne à travailler mais seulement à lire. Et pour que sa pensée fût toute à elle, elle le condamnait à ne voir personne, ni amis, pas même le domestique qui devait apporter chaque jour les repas en un certain endroit. »*

Selon Ortoli, cette rumeur pourrait reposer sur des faits réels : on sait que certaines personnes redoutant d'être enterrées vivantes demandaient à leur domestique de veiller le cercueil pendant quelques jours en échange d'une prime.

Dans le début du **XX e siècle**, les travaux sur les légendes ont continué, et en particulier concernant les histoires de guerres. En effet après avoir vécu deux guerres mondiales les légendes sur les souffrances infligées aux populations, les trahisons, les inventions d'armes secrètes, les actes héroïques ou encore les apparitions surnaturelles qui aident les combattants ont été extrêmement nombreuses.

## **B. La problématique définitionnelle de la rumeur.**

### **Un terme difficile à définir.**

Que signifie alors la rumeur ?

Nous reprendrons dans cette partie ce que disent différents auteurs du phénomène rumoral dans le souci encore une fois d'éclaircir ce phénomène.

Ainsi, nous avons vu que le concept de rumeur est en fait assez récent, environ cent ans, et qu'il fait l'objet de différents points de vues scientifiques : sociologique, psychologique, des théories du récit, du marketing, de la communication, de la gestion des crises, de la communication interne et des relations publiques des entreprises et de son image dans la presse.

Les rumeurs constituent en effet un **objet d'étude fort discuté ces dernières années**. Elles semblent vieilles comme le monde (J.-N. Kapferer titre d'ailleurs son livre *Rumeur : le plus vieux média du monde*), tout le monde en a entendu parler, tout le monde sait quelque chose sur le sujet et chacun y va de sa propre interprétation du phénomène. Il ne se passe pas une seule semaine sans que les médias y fassent référence ; ce phénomène communicationnel intéresse, fascine même. Malgré cela on ne connaît pas grand chose des rumeurs. Où commence et s'arrête le phénomène des rumeurs ? En quoi est il différent du bouche-à-oreille ? En fait chacun croit savoir reconnaître une rumeur quand il en rencontre une, mais personne n'arrive à en donner une définition satisfaisante.

Si le sens commun s'accorde facilement sur l'existence du phénomène rumoral, le concept a donc, d'un point de vue scientifique, beaucoup de mal à être étudié et même défini. Nous avons ressenti d'ailleurs ce **problème de définition** tout au long de nos lectures. La rumeur est fréquemment décrite comme une **bête fuyante**, comme une entité **insaisissable**, ne nous laissant bien souvent que les traces, le souvenir de son passage comme support nécessaire à son étude. On a alors l'impression que chaque auteur y va de sa propre définition, la mieux adaptée à son approche du problème. Une définition valable en tout temps, en tout lieu, cernant clairement le phénomène et remportant l'adhésion de l'ensemble des spécialistes ne semble pas pouvoir faire l'objet d'un accord. Conséquence de ce problème conceptuel, la rumeur en devient également insaisissable du point de vue de son appréhension scientifique ; tour à tour, elle peut passer du statut de rumeur à celui d'information, légende, légende contemporaine, anecdote, fantasme, bruit, commérage, désinformation, discussion, ... - ou, à force de lui être associé, est confondue avec un mode de transmission qui lui est proche : le bouche à oreille - pour finalement ne plus se différencier de tout autre **phénomène communicationnel**.

L'arrivée et l'accroissement considérable de l'importance des médias n'a pas simplifié le problème. L'entrée en jeu des médias complique d'autant plus la tâche du chercheur que ceux-ci reprennent souvent la rumeur comme argument rhétorique et/ ou comme manière de rendre la "titraillle" plus attirante. À défaut donc de pouvoir cerner le concept de rumeur, nous avons jugé opportun de savoir - comme le suggère Rouquette - ce qu'on entend par rumeur. En effet : *"Comme bien d'autres, la notion de rumeur ne désigne pas une réalité immédiate qui s'imposerait d'elle-même à tout observateur, mais traduit une certaine façon de lire la réalité, c'est-à-dire de la découper, de l'organiser et de la questionner. Les apparences de l'être logique masquent profondément l'être sociologique et culturel. On croit s'interroger sur le monde, on s'interroge sur une vision du monde. Chaque notion possède en fait son histoire et n'acquiert pas de droit un statut d'objectivité ; il lui faut d'abord éliminer ce qui, en elle, procède d'à priori tacites et de contaminations idéologiques. La question qu'est-ce qu'une rumeur? Conduit donc à la reformulation suivante : qu'entend-on par rumeur ? ..."*<sup>5</sup>

Nous allons donc définir ce qu'on entend par rumeur en nous intéressant à différents auteurs et plus spécialement Kapferer et Renard.

## **Différentes approches de la rumeur.**

Tout d'abord, on peut décrire la rumeur selon sept caractéristiques réparties en trois classes ( cette classification a été formalisée par **M.L. Rouquette**) :

### **A) La situation :**

1. La rumeur apparaît dans une situation de **crise**, mais elle n'est pas toujours le signe d'un dysfonctionnement social,
2. Les canaux formels de communication ne véhiculent qu'une information réduite sur certains événements ou aspects de cette situation, c'est à dire que devant la **privation d'information** les individus vont créer des rumeurs.

### **B) Le processus de transmission :**

3. La rumeur se transmet **oralement** de personne à personne, par le bouche-à-oreille, mais aussi par les médias (presse, radios, internet). Les canaux sont donc formels (médias) et informels (bouche-à- oreille)
4. Cette communication a lieu entre des individus également impliqués dans la situation.

### **C) Le contenu :**

5. Le contenu de la rumeur connaît **différentes distorsions** au cours de son processus de transmission.
6. Ce contenu traduit la **pensée de désir de la population**, elle témoigne de l'exercice d'une pensée sociale, la rumeur devient une sorte d'écran projectif où se déchiffre une dynamique socioaffective.
7. Il entretient un rapport avec l'**actualité**.

---

<sup>5</sup> M.-L. Rouquette : *Les rumeurs*, Presses universitaires de France, 1975,.



Pour **T. Shibutani** (1966), sociologue américain, l'origine de la rumeur est un événement important et ambigu. Il définit les rumeurs comme des nouvelles improvisées résultant d'un processus de discussion collective. La rumeur serait la mise en commun des ressources intellectuelles du groupe pour parvenir à une interprétation satisfaisante de l'événement. Ainsi la rumeur est à la fois un processus de dispersion de l'information, et un processus d'interprétation et de commentaires.  $R = \text{Importance} \times \text{Ambiguïté}$  Si l'importance de l'événement est nulle ou si l'événement n'est pas du tout ambigu, il n'y aura pas rumeur.

D'une façon générale, tous les symboles mystérieux fournissent un tremplin idéal aux rumeurs. Ils sont ambigus donc appellent aux questions. (KKK de Marlboro, symboles des voleurs : x o -I- ...)

Ainsi partout où le public veut comprendre mais ne reçoit pas d'informations officielles, il y a rumeur. Celle-ci est le marché noir de l'information. Mais, la définition de T Shibutani est trop spécifique ; elle confine le concept aux seules rumeurs nées d'un événement et fait fi de tous les autres cas de figure. Toutes les rumeurs ne partent pas d'un événement à expliquer : certaines créent littéralement l'événement.

**E. Morin**, dans la *rumeur d'Orléans* –rumeur que nous étudierons dans les prochaines parties -, décrit deux critères pour repérer une rumeur à l'état pur :

- Aucun fait ne peut servir de point de départ ou d'appui à la rumeur,
- L'information circule toujours de bouche à oreille en dehors de la presse, de l'affiche, du tract ou même du graffiti.

Ainsi, pour Morin, contrairement au sociologue précédent, la rumeur ne part pas d'un événement mais se caractérise justement par l'absence d'éléments pouvant servir de base à son apparition. De plus, dans cette définition, la rumeur ne se transmet que par le bouche à oreille, ce qui paraît impossible aujourd'hui avec l'importance des médias.

D'après Kapferer, cette définition de la rumeur la restreint aux seules histoires sans faits justificatifs et a produit un effet pervers : la rumeur a acquis l'image d'une maladie mentale du corps social. Pour preuve la terminologie médicale utilisée par Morin dans son ouvrage : germe, pathologie, foyer infectieux, phase d'incubation, de métastase. La rumeur est ainsi assimilée à une maladie à un « cancer mental ». Kapferer parle de psychiatrisation de la rumeur.

La rumeur devient alors dans cette approche une sorte de perturbation de la communication sociale alors qu'elle est avant tout un mode d'expression de la pensée sociale.

Si on s'intéresse à ce que **Kapferer** entend par rumeur, celui-ci la définit comme phénomène fuyant. « *Nous appellerons donc rumeur l'émergence et la circulation dans le corps social d'informations soit encore non confirmées publiquement par les sources officielles soit démenties par celles-ci* ». <sup>6</sup>

La rumeur est partout quelles que soient les sphères de la vie sociale. Elle est aussi le plus ancien des mass médias. Avant que n'existe l'écriture, le bouche-à-oreille était le seul canal de communication dans les sociétés. La rumeur véhiculait les nouvelles, faisait et défaisait les réputations, précipitait les émeutes ou les guerres.

L'avènement des médias actuels ne l'ont pourtant pas éteinte, au contraire ils deviennent un formidable moyen de diffusion et de propagation de la rumeur.

---

<sup>6</sup> *Rumeurs le plus vieux média du monde*, op. cit., P25

Kapferer va aussi souligner le fait que la rumeur peut être vraie et c'est parce qu'elle peut être crue et vérifiée qu'elle peut être gênée. La rumeur gêne parce qu'elle reste une information que le pouvoir ne contrôle pas.

La rumeur est alors mise en relation avec l'autorité et elle représente un **contre-pouvoir**.

*"Les rumeurs gênent parce qu'elles sont une information que le pouvoir ne contrôle pas. Face à la version officielle, il naît d'autres vérités : à chacun sa vérité".<sup>7</sup> "En réalité c'est parce qu'elle peut se révéler exacte que la rumeur gêne".<sup>8</sup> "La rumeur est un rapport à l'autorité : dévoilant les secrets, suggérant des hypothèses, elle contraint les autorités à parler". " Non officielle, la rumeur propose une réalité que le groupe n'aurait pas dû connaître. C'est précisément pour cela que chacun est à l'affût des rumeurs et s'empresse d'en reparler à ses proches".<sup>9</sup>*

Le « on-dit » est alors un non-dit soit parce que la rumeur devance une version officielle, soit parce qu'elle s'y oppose. Ainsi le problème des rumeurs est autant politique que sociologique.

Etant non officielle, la rumeur commence donc nécessairement à circuler en dehors des canaux habituels.

Une autre caractéristique de la rumeur pour Kapferer est sa vélocité. Elle court car elle a de la valeur. La rumeur est la **rupture d'un secret** : elle est rare donc chère. La valeur de l'information n'est pas durable. Il faut l'utiliser au plus vite. Transmettre la rumeur, c'est retirer les  **bénéfices de sa valeur**, tant qu'elle en a encore. En effet celui qui colporte la rumeur s'affirme comme détenteur d'un savoir précieux, comme un éclaireur, autant de reflets flatteurs pour son image auprès de ses récepteurs.

Nous finirons ce tour des différentes définitions d'auteurs sur la rumeur, sur celle de **J.B. Renard**<sup>10</sup>.

La définition qu'il donne est celle de la légende urbaine, mais nous pensons qu'il est important de l'introduire pour prouver que cette définition ne s'éloigne pas beaucoup de celle de la rumeur.

La légende urbaine est un récit anonyme, présentant de multiples variantes, de forme brève, au contenu surprenant, raconté comme vrai et récent dans un milieu social dont il exprime de manière symbolique les peurs et les aspirations.

Elle se distingue la plupart du temps à l'aide de **huit caractéristiques** :

- **L'anonymat** : car le récit est sans arrêt réanimé par la pensée collective.
- **L'histoire**, qui paraît unique, présente en réalité un ensemble de variantes attestées dans le temps et l'espace.
- **La brièveté** : le récit est en effet succinct de type narratif qui possède ses propres lois et auquel se rattachent des sous-genres très variés. Cela va de l'anecdote historique à la fable en passant par le conte, le fait divers ou encore l'histoire drôle...
- **La notion de surprise** : le contenu du récit est toujours étonnant et inhabituel. Comme dans les histoires drôles, on observe la présence d'une chute qui produit son effet sur l'auditoire.
- **La véracité de récit**. En effet l'histoire est énoncée comme authentique alors que sa légitimité est douteuse. Tout d'abord il n'y a généralement pas de preuves de ce qui est avancé et fréquemment le dénouement est inapproprié à la réalité. Si on prend l'exemple de l'élève de terminal qui a pour sujet en philosophie : « qu'est ce que le risque ? », rend

---

<sup>7</sup> *Rumeurs le plus vieux média du monde*, op.cit.,P17

<sup>8</sup> *Rumeurs le plus vieux média du monde*, op. cit., P13

<sup>9</sup> *Rumeurs le plus vieux média du monde*, op. cit., p26 et 27

<sup>10</sup> *Rumeurs et légendes urbaines*, que sais-je, 1999, Paris.

feuille blanche et obtient une très bonne note ; tous les professeurs de philosophie expliquent que cette matière demande de la réflexion et non un passage à l'acte, ainsi cet élève n'aurait sûrement pas été bien noté.

- Il est important de comprendre **pourquoi une légende circule**. Chaque **milieu social** génère ses propres anecdotes dans lesquelles ses membres se sentent impliqués. On est toujours plus intéressé par les histoires qui parlent de nous. Par exemple dans le lycée l'anecdote de sujet de philosophie va circuler facilement car les élèves se sentent concernés : ça peut leur arriver !
- Plus l'histoire est récente et plus elle semble crédible. C'est pourquoi les légendes sont continuellement **réactualisées**.
- Pour finir, l'histoire doit être « une histoire exemplaire » selon l'expression de Véronique Champion-Vincent. Cela signifie que le récit doit émettre un **message implicite** : une morale cachée à laquelle tout le monde adhère.

Les légendes urbaines expriment sous une forme narrative et symbolique les **angoisses** et les **désirs** des individus en société, comme nous l'avons déjà souligné pour la rumeur.

Les rumeurs ou les légendes urbaines sont donc des histoires **significatives** et utiles à interpréter : **elles ont un sens**.

### C. Les genres voisins.

Dans un souci de clarté et pour définir notre objet d'étude, nous pensons qu'il est important de définir les genres voisins du concept de la rumeur, en tentant d'éclaircir ce qui n'est pas une rumeur.

Il convient donc de tenter de différencier la rumeur de termes avec laquelle on la rapproche.

S'il l'on se base sur la définition donnée par Kapferer<sup>11</sup> sur la communication, on s'aperçoit que toute communication peut être définie par :

- Sa source
- Son contenu
- Son processus de diffusion
- Le médias de sa diffusion
- L'objet sur lequel elle porte
- La nature de ses effets

De fait, on peut dire que :

**La rumeur** est processus de diffusion en chaîne, avec une force de propagation, et une amplitude importante dont le résultat est audible et que l'on peut suivre à la trace : il court. Sa source est non officielle ; son contenu est une nouvelle, elle porte sur un fait d'actualité .

**Le bruit** est plus décousu, rampant, hésitant, très limité localement. Il est normal que l'on n'entende rien si ce n'est qu'un vague bruit. Le message n'a pas vraiment d'existence « ce n'est qu'un bruit ». Il est insignifiant.

---

<sup>11</sup> *Rumeurs : le plus vieux médias du monde*, 1987, Seuil, Paris.

**Le ragot** correspond au contenu et à l'objet de la communication : ce sont des histoires de bas étage, à la limite de la calomnie, racontées sur une personne. Le ragot ne fait pas « honneur » à celui qui le colporte. C'est un jugement subjectif porté sur le contenu de la rumeur.

**Le potin** renvoie à l'objet de la rumeur, il porte sur des personnes, il raconte les heurts et les malheurs des personnes qui nous entourent. En général le potin n'est pas méchant.

**Le commérage** est une définition par la source : qui parle ? Comme le ragot, c'est un jugement de valeur qui discrédite la rumeur en lui imputant une source peu crédible : les commères.

Jean-Bruno Renard<sup>12</sup> essaye aussi dans son ouvrage de différencier les légendes urbaines, proches de la rumeur, avec d'autres genres voisins de ces légendes.

### **Légendes traditionnelles et légendes urbaines.**

Il distingue en premier lieu les légendes traditionnelles des légendes urbaines.

Ces deux types de légendes possèdent d'abord trois grandes caractéristiques communes :

- ce sont des récits collectifs,
- ils sont racontés comme véridiques, mêlant le vrai et le faux,
- ils sont porteurs d'une morale.

Cependant **deux principaux éléments les opposent**. Tout d'abord l'opposition entre la coïncidence et la non-coïncidence entre le temps du narrateur et le temps de la narration.

Dans les récits contemporains (ou légendes urbaines), le narrateur et les protagonistes de l'histoire appartiennent à la même époque. Alors que dans les légendes anciennes (ou légendes traditionnelles) plusieurs générations séparent l'auteur de ses protagonistes.

Il faut préciser aussi que ces types de légendes sont toutes deux présentes dans n'importe quelle société et à n'importe quelle époque.

Ensuite, il faut savoir si la légende appartient à une civilisation traditionnelle ou moderne. La première se définit par l'enracinement régional et communautaire, l'économie agricole, le milieu rural, la dominance du paradigme surnaturel. En contre partie, la civilisation moderne, se définit par l'internationalisation, le multiculturalisme, l'économie industrielle, le milieu urbain ou encore la dominance du paradigme technico-scientifique. De plus, les légendes modernes sont apparues avec le développement de l'informatique, des techniques de communication simples, rapides et se diffusant dans le monde entier ( par exemple : Internet, les médias comme la radio, la presse, la télévision qui sont aujourd'hui internationalisés).

Cependant il existe un certain nombre de légendes qui cumulent les caractéristiques des légendes traditionnelles et urbaines. Ainsi par exemple une légende a circulé au Togo en 1977 :

*« Deux jeunes Togolais, frère et sœur, qui étudiaient sur la plage de Lomé, découvrent un panier rempli de billets de banque. La jeune fille, contre l'avis de son frère, plonge la main pour se servir. Elle est alors transformée en serpent, à l'exception de sa tête. Arrive une revendeuse de tissu, responsable, de la métamorphose. Tout le monde est emmené au commissariat de police, mais l'affaire a été étouffée par les autorités. »*

---

<sup>12</sup> *Rumeurs et légendes urbaines*, que sais-je, 1999, Paris.

On peut voir un ensemble de motifs narratifs : le trésor apporté sur la plage, l'imprudence féminine, la métamorphose de l'animal, le serpent, la sorcellerie. Mais aussi des éléments modernes comme les billets de banque, les riches revendeuses de tissu, la connivence entre les notables et les autorités...

Le déclencheur de cette légende serait la destruction d'un quartier populaire dans un contexte économique difficile engendrant de grandes tensions entre les « pauvres » et les « riches ».

On peut aussi observer ce phénomène dans les légendes danoises des « trolls au turcs » : elles associent des légendes urbaines qui circulent au Danemark et des récits traditionnels concernant les êtres fantastiques (trolls, elfes..)

## Rumeurs et légendes urbaines.

D'une manière générale, on peut dire que rumeurs et légendes urbaines sont deux objets d'études différents, le premier effectué par les psychosociologues et le deuxième par les folkloristes.

Il s'agit cependant de deux dimensions d'un **même phénomène** : étudier la dimension légendaire des rumeurs révèle leur enracinement mythologique et étudier la dimension rumorale des légendes, y compris traditionnelles, rend compte de leur diffusion et des métamorphoses de leur contenu. Elles sont deux modalités d'un même phénomène collectif.

Rumeurs et légendes sont donc fortement liées. On peut l'affirmer car selon Michel-Louis Rouquette, les quatre éléments qui définissent la rumeur s'appliquent également aux légendes urbaines :

- **l'instabilité** : c'est l'ensemble des modifications du contenu de la rumeur qui ont lieu principalement dans sa phase de constitution, mais aussi lorsqu'elle s'adapte à de nouveaux milieux culturels. Les mécanismes de transformation mis en évidence par les travaux sur les rumeurs rendent compte de la formation des légendes.
- **l'implication** : l'individu qui transmet la rumeur ( le transmetteur) peut se sentir plus ou moins concerné et intéressé par le contenu de celle-ci. Plus un sujet est impliqué, plus il va adhérer à la rumeur et la diffuser. La légende qui est aussi objet de croyance, suit le même principe.
- **la négativité** : elle est la caractéristique principale des rumeurs. Selon Knapp, neuf sur dix sont « noires » c'est à dire qu'elles annoncent ou relatent des événements négatifs comme des agressions, des attentats, des malédictions... En effet, dire du mal de quelqu'un d'autre revient implicitement à dire du bien de « soi même » et de « nous ». Ainsi, on crée une communauté morale entre le transmetteur d'une rumeur et son public, renforçant par ce fait la cohésion sociale. Les rumeurs « roses », à l'inverse, sont plutôt rares. Si les légendes traditionnelles offrent une répartition plus équilibrée ( autant de légendes roses que noires), les légendes urbaines se rapprochent des proportions observables pour les rumeurs.
- **l'attribution** : c'est la source prétendue d'une rumeur, source que le transmetteur (personne qui transmet la rumeur) désigne comme garant de la véracité de son récit. Les légendes, aussi bien traditionnelles que modernes, possèdent cette même caractéristique.

Il existe cependant quelques **différences entre rumeurs et légendes**. Par exemple au niveau de la **forme**.

La rumeur est brève, tend à ne donner qu'une seule information avec un énoncé de type : le sujet ( personne, objet, institution, animal..., cible de la rumeur) et un prédicat (état ou action qui est prêtée au sujet).

La légende, elle, donne plusieurs informations dans une structure narrative.

Les différences se retrouvent aussi dans le **contenu** :

- une rumeur, dans la mesure où elle relate un événement observable et authentifiable, peut être vraie ou non : elle peut être vérifiée<sup>13</sup>.
- son sujet tend à être une personnalité ou un produit connu alors que pour la légende il s'agit souvent d'un protagoniste anonyme simplement caractérisé par quelques critères (classe sociale, sexe, âge...).
- elle se diffuse de manière localisée à une population généralement très impliquée par le contenu du message ; elle se rapproche plus du potin ou du ragot. Elle se propage donc à grande vitesse. La légende est plus diffuse : elle traverse les frontières et les continents.
- sa durée de vie est le plus souvent éphémère. La légende, elle, est inscrite dans le temps, elle traverse les années, voire les siècles.

Cependant, il faut rester prudent sur ces différences. Un certain nombre d'auteurs explique qu'il y a un lien très fort entre légendes et rumeurs et que la transformation de l'une en l'autre se fait très rapidement et fréquemment.

On peut prendre l'exemple des alligators dans les égouts de New York. Cette simple affirmation est une rumeur. Mais elle s'est rapidement transformée en légende lorsque le récit s'est amplifié : les New Yorkais ramènent les bébés alligators de leur voyage en Floride et s'en débarrassent dans les toilettes. Les reptiles se retrouvent dans les égouts où ils se multiplient, devenus aveugles et blanchâtres à cause de l'obscurité. Un dernier ajout d'information termine de transformer la rumeur en légende : les alligators sont drogués parce qu'ils consomment des doses de drogues jetées dans les toilettes lors de rafles de police.

Pour conclure on peut citer Tangherlini qui dit que la rumeur est le moment de la vie de la légende où elle se transmet activement dans un milieu social : « *la rumeur est un état de diffusion hyperactive de la légende* ».

## Mythes, contes et légendes

C'est **Van Gennep** qui a su le mieux expliquer la distinction des mythes, contes et légendes en les définissant selon cinq critères : les deux premiers concernant l'usage du récit, les trois autres le contenu.

- **Le mythe** fait partie intégrante d'un système idéologique, et s'accompagne fréquemment de rites. Les personnages, le lieu, le temps et l'action sont tous éloignés du monde des hommes. Les personnages sont des divinités ou des archétypes (ancêtres mythiques). Le lieu de l'action n'est pas accessible pour les humains ( paradis terrestre, olympe...), et le temps de l'action se situe avant l'histoire humaine ( « en ce temps là », « à la fin des temps »...).
- **Le conte** a pour objectif premier le divertissement, c'est pourquoi il y a une si grande variété de contes : conte merveilleux (contes de fée), d'aventures, d'épouvante,

---

<sup>13</sup> Cf. Hal Morgan : *vraies ou fausses ? les rumeurs*, 1988, First.

facétieux... Le conte est perçu comme une fiction. Les personnages ne sont pas individualisés, ils représentent des types (rois, sorcière, prince charmant, bonne fée...), et même les noms propres relèvent des caractéristiques physiques du personnage ( le petit chaperon rouge, barbe bleue, blanche neige...). L'action n'est ni localisée ni temporalisée (« il était une fois dans un pays lointain »). Il existe des cas particuliers du conte comme la fable : c'est un conte bref, à tendance moralisante, dans lequel les personnages sont le plus souvent des animaux ou des objets anthropomorphisés ou la parabole : c'est un récit exemplaire fictif bref, qui s'intègre dans un enseignement moral ou religieux. Les protagonistes sont généralement anonymes et stéréotypés.

- **La légende** se distingue du mythe, du conte, de la fable ou de la parabole par le fait qu'elle est objet de croyance. Elle se présente comme un récit authentique, historique, relatant des faits réels exceptionnels, qu'ils soient admirables ( légendes dorées, récits héroïques) ou détestables ( légendes noires). Les personnages sont individualisés, l'action est localisée et datée. Les légendes urbaines se caractérisent par des personnages plus souvent inconnus que célèbres et par un enracinement dans le temps présent.

Pour Van Gennepe, un même récit peut passer d'un genre à l'autre par modification de tel ou tel critère. Par exemple un mythe qui s'historise devient une légende ou une légende transposée dans le monde des dieux devient un mythe. Ainsi une légende ou un mythe auquel on ne croit plus prend le statut de conte (conte religieux, étiologique...).

## **Le fait divers.**

Le fait divers est un récit vrai, à l'inverse de la légende. Il prend sa source dans des événements réels et fait l'objet d'un traitement journalistique.

Sa construction passe par deux étapes :

- il est sélectionné, parmi un grand nombre d'autres faits, pour son caractère insolite, surprenant et sa dimension symbolique (possibilité de dégager une morale de l'histoire )
- il est mis en écrit :à travers une rhétorique qui souligne les détails, en omet d'autres, suscite des antithèses... Ce récit se fait dans le sens d'un récit populaire, le conte ou la légende.

Les faits divers semblent à l'origine des légendes urbaines. Pour reprendre l'exemple des alligators dans les égouts de New York, son origine serait : la découverte en 1935 d'un alligator qui s'était réfugié dans une bouche d'égout au bord du fleuve Harlem River.

Mais il faut rester méfiant face aux faits divers car leur ressemblance avec les rumeurs est telle que la presse peut parfois présenter comme authentique une histoire fautive en raison d'une absence de vérification par certains journalistes pour pouvoir publier les premiers l'information.

## **L'anecdote.**

Elle partage plusieurs caractéristiques avec la légende urbaine. C'est un récit bref, qui présente une chute surprenante, et qui est racontée comme réelle. De plus elle peut être vraie ou fautive. Elle souligne par un petit fait significatif, le caractère de l'individu (un trait de générosité, de courage, de ruse...) ou les mœurs d'une époque (puritanisme, libertinage...). Elle a une visée illustrative et comporte une morale adaptée.

Ainsi, la rumeur est difficile à définir car elle est proche de beaucoup d'autres concepts communicationnels et de processus de croyances.

Nous avons donc exposé l'histoire de la rumeur et la pensée de différents auteurs concernant la conception de cet objet d'étude ainsi que les problèmes définitionnels qui lui sont liés. Le sujet est loin d'être épuisé....

Nous allons aborder maintenant le processus et les mécanismes de la rumeur, son cycle, sa vie et son sens, en commençant par la naissance de la rumeur.



## Chapitre II : Naissance d'une rumeur.

### A. Comment naît une rumeur ?

Quelle est la source d'une rumeur ? De quels événements, faits et personnes est elle partie ? Ces questions sont toujours les premières posées lorsque l'on aborde le sujet.

Nous nous appuyerons sur le livre de J.N. Kapferer, *Rumeurs, le vieux média du monde*, pour répondre à ces questions.

#### Un faux problème ?

Paradoxalement, bien qu'il passionne le public, le problème de la source n'est pas le plus intéressant. Certes, il existe des rumeurs notoires dont l'arrivée n'est pas le fruit du hasard (les campagnes électorales, par exemple). Mais la rumeur est le plus souvent une production sociale spontanée, sans dessein ni stratégie.

Le mythe de la source tapie reste cependant persistant : cela permet aux personnes ayant cru de « fausses » rumeurs de remettre la faute sur l'autre et ainsi nier que soi-même nous avons pu nous tromper. Mais le public est tout autant « fautif » que le générateur du message. En effet, le public s'est emparé de ce message, parmi tant d'autres, parce qu'il revêtait pour lui une certaine signification. La plupart des signaux et messages sont neutres, ils acquièrent la signification que l'on veut bien leur donner (comme par exemple le KKK sur le paquet de Marlboro)

Le problème de la source n'est pas le plus important. Ce qu'il faut expliquer dans la genèse d'un processus de rumeur, c'est l'adhésion, la mobilisation du groupe.

#### Le discours des experts

Spécialiste, détenteur des clefs de lecture des signes indéchiffrables par le commun des mortels, l'expert est une source classique des rumeurs. Habilité à porter des jugements et des pronostics, à émettre des prédictions, il dispose d'une caisse de résonance : les personnes qui le considèrent comme expert, c'est à dire les journalistes dont le travail est de rendre compte.

#### Confidences

On l'a dit, lorsque l'information est rare, elle engendre la rumeur. L'information circule alors parce qu'elle a de la valeur.

En effet, il s'agit souvent de secrets ou de fuites plus ou moins volontaires d'ailleurs. Comment l'information sort-elle ? Souvent dans les buffets officiels, après un apéritif bien arrosé, le député ou le maire se laisse à quelques confidences... Il arrive aussi que quelqu'un surprenne une conversation entre deux personnes. Des psychologues ont fait des expériences pour savoir si le fait de surprendre deux personnes, en train de se donner un message confidentiel, était plus persuasif que de l'entendre directement. Les résultats montrent une supériorité du message saisi à l'insu, seulement si la personne qui l'entend se sent concernée par ce message.

## Quelque fait troublant

Beaucoup de rumeurs ont pour source un événement troublant. La rumeur est en effet une mobilisation de l'attention du groupe. Lors des échanges successifs, le groupe tente de reproduire le puzzle constitué de pièces éparses qui lui sont relatées. Plus il manque de pièces, plus l'inconscient du groupe va peser sur l'interprétation. Plus le nombre d'information est grand, plus la rumeur collera au réel.

*A New Delhi, une rumeur courra que le président fut assassiné. Tout le pays a été en alerte pendant 8 heures. Les écoles ont fermé, les administrations aussi. C'est seulement au journal du soir que l'on apprend qu'il y a certes eu un assassinat au palais royal mais qu'il s'agissait d'un jardinier. L'opinion indienne à ce moment là était fébrile et angoissée, et c'est dans ces moments là que l'interprétation publique a cru à la plus plausible des possibilités : l'assassinat du président.*

## Un témoignage

Lorsque l'on parle du noyau de vérité à la base de certaines rumeurs, il est un risque que certains prennent : ils en déduisent que grosso modo la rumeur disait vrai. Or le noyau est le fait ambigu, mais jugé important, dont la rumeur s'est fait écho.

Ainsi, la rumeur part souvent d'une perception, plus que d'un fait. Nous savons que la plupart des gens surestiment leur capacité perceptive, de nombreuses expériences le prouvent. L'une des plus classiques, consiste à créer un incident artificiel devant un groupe de personnes non prévenues. Lorsque l'événement se termine, on demande à chacun de décrire ce qu'il avait perçu. Les versions sont à chaque fois différentes et un témoignage exact est exceptionnel, car l'émotion donne une tonalité aux événements, et nos sens ne sont qu'une perception subjective de faits qui nous entourent. Les témoins donnent des renseignements faux avec la même certitude que les renseignements exacts, et ceci tout en étant de bonne foi. Les facteurs qui induisent le plus d'erreurs sont le mouvement, la brièveté de la perception, la condition physique du témoin, et son niveau de stress au moment de la scène.

## Fantasmes

L'imagination, sous forme de scénarios types, peut déformer la perception des événements auxquels nous assistons. Ainsi la source de certaines rumeurs est la projection pure et simple d'un scénario type : « on » a imaginé que le scénario était en train de se dérouler, à deux pas, tout près de soi, et tout le monde y a cru. Fantasmes sexuels, fantasmes narcissiques, les processus d'incarnation d'un fantasme dans le réel ne sont pas rares. *En 1910 déjà, Carl Jung avait attiré l'attention sur une rumeur survenue dans une pension de jeunes filles. Un professeur se voyait accusé d'avoir des relations sexuelles avec une pensionnaire. En réalité, tout était parti d'une adolescente qui avait raconté son rêve à trois de ses amies.*

## Les mythes flottants

Ce même processus d'ancrage d'un mythe dans la réalité explique aussi les réapparitions régulières et imprévisibles de ces rumeurs que l'on a appelées « histoires exemplaires » ou encore « légendes urbaines », comme nous l'avons expliqué dans la première partie. Ces histoires se présentent comme des mini-contes moraux et leur apparition n'est due à aucun fait tangible. « *Un bébé serait mort mordu par un serpent dans un supermarché* ». *La ville s'est alors appropriée cette légende qui s'est transformée en mise en garde : les enfants ne doivent pas toucher aux produits dans les rayons de supermarché. Puis cette légende a été réactualisée par*

*un de ceux qui la mentionnent : « oui, je crois que c'est arrivé cet été ! ».* Cette histoire vit donc une vie souterraine de semi-légende sans repère de lieu ni de temps. Ce qui est significatif dans cette histoire, c'est que la ville s'en soit emparée. Pourquoi la mémoire collective tient tant à cette histoire ? Quelles vérités cachées porte-t-elle en son sein ?

## **Le malentendu**

Les rumeurs naissent souvent d'une défaillance dans l'interprétation du message. Le malentendu fait référence à un « témoignage de témoignage » et à une différence qui se joue de entre ce qui fut émis et ce qui fut décodé.

## **Manipulations**

On doit mentionner le rôle d'une certaine presse, « people » pour ne viser aucun magazine, qui lance une rumeur afin d'épicer, en quelque sorte, les conversations de salon et les réceptions mondaines. Le public est d'une certaine façon choisi, extrêmement friand de faire circuler de telles informations. Sur Internet, apparaissent aussi ce même genre de manipulation qui consiste à faire circuler des rumeurs par le biais de chaîne de mails.

## **La publication innocente de faits non vérifiés**

La démarche de vérification est peu spontanée. Non seulement nous vérifions rarement ce que nous apprenons par personne interposée, par le bouche à oreille, mais des personnes responsables de l'information de milliers d'autres semblent, elles aussi, faire de même. Maintes rumeurs semblent prendre leur point de départ dans des journaux locaux ou amateurs, fabriqués avec les meilleures intentions et beaucoup de bonne volonté mais où la vérification d'authenticité est parfois omise.

De plus, l'insinuation est aussi utilisée par certains journalistes, tel un « tic journalistique », et elle peut donner naissance à une rumeur. Ces insinuations sont illustrées par un conditionnel qui a tôt fait de se transformer en indicatif dans la bouche des journalistes et dans l'oreille de l'auditeur, lecteur ou spectateur. C'est le fameux « style rumoral » propre aux médias fait de conditionnel et de fausse négation.

C'est aussi à force « d'enrobage », de sous-entendus, de volonté de vouloir raconter une bonne histoire avec émotion que le discours de la presse finit par laisser place à l'imagination du lecteur spectateur, base de fonctionnement de la rumeur.

Mais, parfois, c'est apparemment à leur insu que les médias diffusent la rumeur (*par exemple : la rumeur des enfants étrangers envoyés aux USA pour être utilisés comme donneurs d'organes pour les enfants malades de familles riches, le journaliste va en fait « tomber dans le panneau » et diffuser une nouvelle fausse. Dans cette condition, la rumeur va alors naître et circuler aux Etats Unis* )

## **B. l'exemple de la rumeur d'Orléans**

Afin d'illustrer les mécanismes de la rumeur, nous avons donc choisi la *rumeur d'Orléans*. En effet, tout au long de notre dossier, cette rumeur nous permettra de donner sens aux différentes étapes de la rumeur, de sa naissance à sa mort.

E. Morin, dans son livre, traite de la rumeur d'Orléans qui circule en 1969 ; des femmes disparaissent, quasi certitude de nombreux habitants de la ville. Cette traite des blanches s'organise dans six magasins tenus par des juifs. Une sorte de panique se met alors en place. Il surgit une fantasmagorique menace sexuelle qui va faire resurgir le spectre juif de l'antisémitisme.

« *En mai 1969 se répand et se déploie à Orléans, le bruit qu'un, puis deux, puis six magasins d'habillement féminin du centre de la ville organisent la traite des blanches. Les jeunes filles sont droguées par piqûre dans les salons d'essayage puis déposées dans les caves, d'où elles sont évacuées de nuit vers des lieux de prostitution exotique. Les magasins incriminés sont tenus par des commerçants juifs.* »

C'est grâce au Fonds social juif unifié que Morin et son équipe de chercheurs sociologues ont pu mener leurs enquêtes directement sur le terrain. Pendant trois jours, ils ont fait des entretiens de type dragage sociologique dans les cafés de jeunes, salon de coiffure et autres lieux de rencontres. La collecte des rumeurs peut en effet s'effectuer de trois manières différentes soit par le recueil de récits oraux auprès de la population, soit par la collecte des récits reproduits par des techniques de diffusions collectives (tracts, articles, Internet,...), soit par la collecte auprès de nombreux recueils de légendes contemporaines afin de voir si le même rumeur existe dans d'autres villes ou pays. Morin et son équipe ont surtout choisi le premier type de collecte, en sachant qu'ils useront aussi des deux autres façons de recueillir la rumeur.

Quand Morin et les autres chercheurs sont arrivés à Orléans, la rumeur était à sa fin sans être encore morte, elle était métamorphosée en un grouillement de mini-rumeurs, micro-mythes. L'affaire apparemment close continuait de façon souterraine, s'infiltrait dans l'inconscient de la ville.

Que peut révéler cette rumeur archaïque et au-delà, sur le problème permanent et crucial de la croyance ? Une rumeur peut-elle révéler le corps social tout entier ?

Pour le sociologue, les thèmes des salons d'essayage et de la traite des blanches ainsi que la mise en cause des commerçants juifs ne sont pas originaires d'Orléans. Il y a déjà eu dans d'autres villes le même scénario (Paris, Toulouse, Tours, ...), c'est donc un mythe non localisé, ni accidentel et isolé, mais d'extension urbaine.

Mais comment est née cette rumeur ?

La rumeur d'Orléans proviendrait de **deux sources, de deux catalyseurs** :

- Le **thème du salon d'essayage piégé**, antichambre clandestine du mystère et du danger provient de l'univers de la fiction bon marché de l'époque et aussi du journalisme à sensation. C'est surtout la parution **d'un article** « *le piège des trafiquants* » dans un magazine, Le Noir et Blanc, autour du 10 mai 69 qui va reproduire une histoire de traite des blanches, sans en indiquer d'ailleurs la source, et qui va fournir le modèle de cette rumeur. Il a été une des origines de la rumeur.
- L'autre élément plus catalyseur encore, serait **l'ouverture le 10 mai, au centre ville, d'une boutique de vêtements de confection** pour jeunes filles et jeunes femmes « les Oubliettes ». Les salons d'essayage se trouvent dans une cave, où l'on a voulu créer un décor mystérieux et piquant qui évoque des oubliettes médiévales.

Ces deux éléments plantent le décor dans la ville même et fournissent le **scénario**. Ces deux événements simultanés appellent les mêmes fantasmes, la même mythologie. Mais le mythe stimulé par « les Oubliettes » ne va pas s'y engouffrer et va plutôt se précipiter vers les magasins concurrents tenus par des jeunes juifs.

Qui a inventé le mythe orléanais ? Comment ? Pourquoi ? Y-a-t-il à l'origine un canular, une autosuggestion, une volonté de nuire, une provocation antisémite ?

Il est difficile de répondre à ces questions car rien ne peut affirmer la naissance du mythe par une personne ou un groupe de personnes. En fait, cette rumeur à Orléans est née également dans d'autres villes. On va plutôt s'attacher à scruter ce phénomène dont Orléans a été le théâtre.

Morin, dans son ouvrage, va décrire le **cycle complet** de la rumeur, accompli en deux mois. Nous étudierons en premier lieu, la **naissance** de cette rumeur, c'est à dire, et selon les termes du sociologue, son **incubation**, du 10 mai au 20 mai 1969.

La naissance de la rumeur d'Orléans s'est produite dans des **classes de jeunes filles** qui sont doublement propices à la transmission et la prolifération fantasmatique car elles sont un milieu clos constituant une caisse de résonance et d'amplification, les adolescentes vivant dans l'inexpérience sociale. Le mythe va pouvoir donc devenir crédible. Cette hypothèse porte aussi sur un indice un peu fragile : les premiers adultes touchés par la rumeur sont des parents et des enseignants.

Dans cette première incubation, un seul magasin est touché celui de Dorphé, boutique de confection pour jeunes filles, moderne, tenu par un couple juif. La première rumeur qui circule concerne deux disparitions dans cette boutique, les jeunes filles sont droguées par piqûre puis transportées dans des caves.

Le mythe va prendre la réalité d'une information objective de source policière ou hospitalière attestée par la triple confiance de la parenté, amitié et voisinage. « *la femme d'un policier a dit à ma voisine qui est mon amie que...* » ou « *l'infirmière de nuit qui a réanimé les deux femmes droguées a dit à ma tante que...* »

Pourtant aucune arrestation ni commerçants démasqués, mais la création continue du mythe va faire à la fois courir le trafic qui l'alimente et les arrestations qui l'authentifient. L'illogisme caractérise proprement la rumeur.

Nous verrons alors dans la prochaine partie, traitant de la vie de la rumeur, comment cette rumeur va se diffuser et se propager dans Orléans.

## C. Où naissent les rumeurs ?

Nous avons choisi par ailleurs de traiter les différents milieux dans lesquels naissent les rumeurs ainsi que les groupes ou l'individu susceptibles de les déclencher. En effet la façon dont la rumeur va être utilisée dépend des conditions de sa naissance.

### Dans le milieu judiciaire

Kapferer pense que la rumeur est présente dans beaucoup d'affaires judiciaires, elle joue un rôle important. Il illustre cette idée par deux affaires judiciaires.

La **première affaire** concerne Marie Besnard, à Loudun, petite ville de province, en 1947.

Son mari va mourir brutalement le 25 octobre 1947, et elle va être accusée de l'avoir empoisonné suite à la confiance faite de Me Pintou, amie du couple. Cette dernière fera cette confiance quelques jours après la mort de M. Besnard à un ami, M. Massip. Celui-ci va, le 4 novembre 1947, en informer le juge d'instruction de Loudun.

Peu à peu, la rumeur va saisir la ville. Me Besnard est alors surnommée «*l'empoisonneuse de Loudun* ». La rumeur va même s'amplifier, et on va l'accuser d'avoir empoisonné onze autres personnes de sa famille, décédées pourtant, depuis des années.

Profitant de cette rumeur, un commissaire de police et un inspecteur vont interroger toute la ville, de multiples procès verbaux, témoignages vont être faits.

Chacun y va de son « on-dit », on réinterprète tout souvenir concernant Me Besnard. Les commérages vont s'accumuler, comme de véritables vengeances à retardement. Me Besnard sera alors jugée coupable et emprisonnée en juillet 1949. Elle ne sera libérée que cinq ans plus tard et acquittée en 1961. « *Emprisonnée à cause d'une rumeur qui conduisit des policiers à faire du zèle et à transformer des « on-dit » en présomption de culpabilité, une innocente passa près de cinq années en prison* ».

Pour l'auteur, cette histoire de rumeur illustre donc des **vengeances à retardement**, dans une petite ville, où demeurerait certainement un **cortège d'envieux** de la famille Besnard, qui avait bien réussi financièrement. La rumeur est donc née de jalousie, et les envies de tuer ne manquent pas, mais elles sont refoulées et resurgissent par le biais de ce genre de rumeur. « *Par la rumeur, on accuse les autres des méfaits que l'on porte en soi.* »

De plus, le commissaire et l'inspecteur ont trouvé dans cette affaire, une occasion de montrer leurs compétences.

Ainsi, on peut dire que dans ce cas-là, la rumeur a permis de « *régler ses comptes* » et elle est devenue « *la pythie des haines accumulées.* »

La **seconde affaire judiciaire** est celle de crimes de sept hommes et femmes entre 1969 et 1976 commis de la même façon dans une agglomération. Pendant des années, aucun coupable n'est découvert. La rumeur peut alors naître dans cette **angoisse**, propice à sa constitution. Pour la rumeur, le criminel est une personne haut placée, un notable assassin. Pour l'auteur, « *la rumeur épouse la trame des tensions sociales souterraines révélées par le crime et le parler libre qu'il autorise : le malheur vient de ces gens hauts-placés donc intouchables.* »

Le **contenu symbolique** de cette rumeur renvoie donc au contexte social environnant. Pour l'auteur, le mythe du notable est une constante dans les villes de provinces. On peut penser ici à l'affaire Dominique Baudis à Toulouse, dans laquelle justement des notables sont accusés d'histoires troubles, où le sexe, le pouvoir et l'argent sont mêlés.

Ainsi, la rumeur peut naître de l'**angoisse** face à crime non résolu, mais aussi de l'**ennui** et de la **frustration**, comme des **tensions sociales**.

En fait, dans cette affaire judiciaire, il fallut huit années d'enquêtes pour découvrir que l'assassin était un ouvrier. Deux mois, après cette arrestation, la rumeur reprit son court et on dit que l'ouvrier avait été relâché car il s'agissait d'une erreur, le tueur pouvait donc revenir.

La rumeur représente toujours finalement quelque chose de l'**angoisse** d'une société et de ses **tensions**.

## Dans le milieu des célébrités

Pour Kapferer, « *il n'y a pas de stars sans rumeurs* ». En effet, une star peut être source d'identification, de modèle en même temps qu'elle reste **inaccessible, distante, secrète**. Et ce sont ces conditions qui favorisent la naissance et la prolifération des rumeurs. La rumeur peut

aussi être comprise comme **substitut** à cette possession impossible de la star. Elle alimente le besoin d'entrer dans l'intimité de la star.

Le fan a donc besoin d'information, de rumeurs, sur la star pour avoir l'impression de la posséder. C'est aussi une façon de compenser son amour impuissant. L'appropriation de toute information va donc servir de substitut à cette impossible possession. Le fan se nourrit donc du mythe, de la rumeur ( cf. tous les magazines people qui fleurissent aujourd'hui, friands de toute rumeurs possibles,...). Les rumeurs qui seront négatives signifient que la star ne répond plus à l'idéal, elle déçoit son public (cf. les rumeurs qui courent sur Mickael Jackson).

### **Dans le milieu professionnel**

Beaucoup de rumeurs existent aussi dans le milieu professionnel, dès que les employés ont le sentiment d'avoir perdu tout contrôle sur l'avenir de leur entreprise.

L'entreprise peut représenter un **haut lieu secret** et un lieu de **tensions sociales**. Elle est donc aussi un lieu d'anxiété. Ce sont finalement tous ces facteurs qui vont favoriser la naissance de rumeurs.

La rumeur va en fait donner du sens à l'anxiété, à une tension au sein d'une entreprise. Elle a alors l'avantage de permettre aux employés de savoir contre quoi combattre et lancer une action. Ainsi les silences d'un PDG, peuvent faire monter l'angoisse des salariés et par-là même entraîner la constitution de rumeurs.

La rumeur peut aussi être utilisée comme **arme syndicale** pour mobiliser les employés, conditionner leurs esprits. Elle va donc obliger la direction à parler, à rompre le silence. La rumeur devient dans ce cas-là un **moyen d'expression et un mode d'action**.

De ce fait, le nombre et le contenu des rumeurs qui circulent dans une entreprise est « *un baromètre de l'atmosphère* ». On peut donc dire que plus une entreprise va mal, ou est en situation de tension, plus circuleront des rumeurs alarmistes.

Il est donc important de souligner que les rumeurs naissent toujours d'une **sous-information**, d'une **surinformation** ou d'une **désinformation** dans l'entreprise mais aussi dans la société en général.

### **Dans le milieu commercial**

La rumeur s'insère aussi dans l'arsenal des **stratégies commerciales** et des plans de communication. En effet, toute visite à un client est un moment clé, pour le vendeur, afin de glisser une rumeur en n'affirmant rien, mais en sous-entendant tout ( pseudo information sur le ton de la confiance). Il y a donc beaucoup de rumeurs entre **concurrents** qui circulent et elles peuvent provenir des concurrents eux-mêmes.

### **Dans le milieu financier**

La rumeur financière correspond à un phénomène mythique dans la pensée du grand public.

En effet, qui dit finance, imagine des opérations spectaculaires de la Bourse.

Mais comme ce lieu est un petit monde **fermé, opaque et mystérieux**, la bourse devient un lieu propice à toutes **projections possibles** en terme d'imaginaire et donc de rumeurs. La rumeur financière excite donc doublement, d'un côté le **secret** et de l'autre l'**argent**.

La rumeur financière est fugace, elle ressemble plutôt à un bruit. La rumeur est en fait la conséquence naturelle de tout marché financier puisqu'il faut toujours prévoir avant les autres, faire des spéculations.

De plus, les marchés financiers sont propices aux rumeurs car le temps est compté, l'excitation et la tension préparent le terrain à la naissance des rumeurs. Le risque que l'on prend dans les spéculations financières est propice aussi aux rumeurs.

## En politique

Pour Kapferer, il n'y a pas de politique sans rumeur. La rumeur est en quelque sorte **le contre-pouvoir**, c'est une parole en marge de la parole officielle. Il est donc logique qu'il s'en forme sur le terrain de la politique et du pouvoir.

Les **avantages de la rumeur** sont alors de plusieurs ordres :

- La source reste cachée, mystérieuse, aucun responsable,
- La rumeur permet alors de porter sur la place publique ce qui est interdit de dire,
- L'opinion publique n'a pas besoin de faits pour croire à la rumeur, se fondant sur des impressions,
- La rumeur peut se fomenter en petit comité, c'est l'arme favorite des complots,
- Personne ne parle en son propre nom, on ne fait que citer la rumeur,
- La rumeur ne coûte rien ( par rapport aux campagnes de publicité)

Les **inconvénients** de la rumeur politique sont aussi de plusieurs types:

- Elle échappe à tout contrôle,
- Son résultat est aléatoire,
- Elle peut même se retourner contre ses émetteurs (effet-boomerang)

La rumeur est donc une arme idéale des luttes entre parties politiques, par exemple à l'approche des élections. Où sont alors les limites avec la propagande, de la manipulation ?

Sept grands thèmes de la rumeur en politique sont répertoriés par l'auteur :

- La main cachée : le **pouvoir occulte**, une société secrète tire les rênes du pouvoir, c'est une constante de l'imaginaire politique français. Ce sont souvent des boucs émissaires comme les juifs, les jésuites, les francs-maçons. Comme s'il y avait un « chef d'orchestre clandestin » qui ordonne le monde en secret. Pourquoi cela ? S'agit-il de l'expression de l'angoisse au totalitarisme, une crainte totalitaire ?
- Thème de **l'accord secret**, arrangements entre hommes politiques adversaires,
- Thème d'affaire de « **gros sous** », détournements de fonds,
- Thème de la **sexualité déviante**,
- Thème de la **santé**, souvent taboue dans le monde politique, la tache d'en parler échoit à la rumeur,
- Thème du **double langage**, les intentions réelles de l'homme politique seraient en fait l'opposé de ce qu'il proclame publiquement,
- Thème de **l'immigration**, dans les années 80, la France vilipende l'homme politique suspect de connivence avec un étranger, thème de la trahison, souvent le bouc émissaire est le maghrébin (est ce encore d'actualité aujourd'hui ?)

Une rumeur politique qui comporte plusieurs de ces thèmes, devient encore plus dangereuse.



## D. Les thèmes récurrents

Il est également intéressant de prendre en compte les thématiques soulevées par J.B. Renard<sup>14</sup>, concernant les légendes urbaines, pour compléter les sept grands thèmes de la rumeur en politique.

Ainsi, ces thèmes proviennent en général de problèmes touchant la société ou un certain groupe social.

### Les nouvelles technologies.

Les rumeurs sur ce thème sont de trois registres :

- Les récits relatant un mauvais usage d'un appareil qui fonctionne bien : *la rumeur de la femme qui a fait sécher son caniche dans le micro-ondes.*
- Les récits qui font état d'un mauvais fonctionnement d'un appareil : *le four à micro-ondes défectueux qui a des fuites d'ondes et rend stérile le cuisinier ou provoque de fausses couches.*
- Les récits dénonçant les effets pervers d'appareils qui fonctionnent bien : *le micro-ondes accusé de modifier la structure chimique des aliments et de les transformer en poisons.*

Chaque nouvelle invention suscite des légendes noires. Par exemple, lors des débuts du chemin de fer de nombreuses rumeurs ont couru à propos de locomotive folle, de trains à bord desquels des passagers étaient enlevés,... .Il se passe la même chose lors des nouveautés de la vie quotidienne comme la poêle en Teflon, la colle super-glu, lampes à bronzer, les jeux vidéo (provoquant des crises d'épilepsie),...

Les peurs associées à une nouvelle technologie semblent souvent émerger lors de la phase exponentielle ( quand de plus en plus de consommateurs l'achètent) de la vie de l'objet, juste avant la phase de banalisation de ce même produit (il est intégré dans la vie quotidienne et les craintes s'effacent).

Il existe aussi certaines légendes roses technologiques : des produits miraculeux, comme par exemple, des armes secrètes pendant la guerre, l'ampoule électrique inusable, la pilule qui transforme l'eau en carburant...

### Les étrangers.

Les rumeurs racistes, xénophobes, qui reposent sur la peur de la différence portent toujours sur quatre domaines : **la nourriture, la violence, la sexualité et le territoire.**

En ce qui concerne la **nourriture**, on a pu observer la rumeur du rat dans la nourriture chinoise (1972) : *un individu ayant dîné dans un restaurant chinois a mal au dent, son dentiste trouve un petit os entre ses dents et le fait analyser : il s'agit d'un os de rat ; une enquête est faite et on retrouve dans le réfrigérateur du restaurant un grand nombre de rats dépecés.*

Les légendes de **violence** précisent parfois l'origine ethnique de l'agresseur, par exemple dans la légende du trafic d'organes, les voleurs sont souvent des sud Américains.

Le lien entre **xénophobie et sexualité** s'observe en particulier dans les rumeurs de traite des Blanches par des commerçants juifs ou arabes, comme dans la rumeur d'Orléans. Ou encore dans les histoires de femmes blanches, mariées à un blanc, mettant au monde un enfant noir.

---

<sup>14</sup> *Rumeurs et légendes urbaines*, que sais-je, 1999, Paris.

La peur de **l'invasion du territoire** se manifeste dans tous les pays à travers diverses rumeurs. Mais le thème du territoire se retrouve aussi dans les histoires parlant de simplicité d'esprit des populations voisines.

En revanche, certaines rumeurs ont pour but de dénoncer le racisme dans des récits de méprises et de quiproquos causés par les préjugés racistes ou xénophobes. Par exemple, une légende a circulé en Angleterre dans les années 70 : *dans une gare, une jeune femme s'assoit à la table d'un Pakistanais, celui-ci entame un paquet de gâteau semblable à celui qu'elle vient d'acheter, persuadée qu'il lui a volé, elle mange des gâteaux à son tour. Une fois dans le train elle se rend compte avec effroi que son paquet est dans son sac et que c'est elle la voleuse.*

### **La nature sauvage.**

Si l'on en croit les légendes modernes, aucun lieu n'est à l'abri de **l'invasion animale**, même la ville : une rumeur explique qu'il y a des alligators dans les égouts de New York.

Il existe des rumeurs de fauves en liberté, de lâchers de vipères,... Ces légendes accusent principalement les écologistes ou les notables possédant des animaux exotiques.

Le **corps humain** lui-même n'est pas à l'abri d'une invasion animale comme en témoigne le riche ensemble des légendes du motif de « l'animal dans le corps » par exemple, *un têtard avalé qui devient une grenouille dans l'estomac ou encore un œuf de serpent qui éclot dans le ventre.*

Toutes ces légendes d'agression animale reflètent le rapport nouveau que l'homme moderne entretient avec la nature. Après des siècles de domestication ou de prédation, l'humanité s'aperçoit qu'il lui faut désormais protéger les animaux, y compris les espèces dangereuses. L'animal sauvage prend sa revanche.

### **La violence urbaine.**

Le thème de la violence domine dans presque toutes les légendes urbaines. Ce sont des citoyens normaux qui induisent la peur, précisément parce qu'ils sont comme tout le monde.

Il existe des légendes traitant des cambrioleurs, souvent perçus comme des « gentlemen cambrioleur » ( *le voleur offre deux billets de théâtre pour dédommager un couple avec qui il a eu un accident de voiture et les cambriole pendant le spectacle*), des maniaques urbains ( *le fou au crochet*) dont on fait des portraits maléfiques (maniaques, sadiques, fou...).

D'autres récits peuvent mettre en garde contre la présence de délinquants dans tous les milieux, même les plus aisés ( *par exemple un jeune homme de Neuilly cambriole le domicile des personnes qui sont entrain de dîner chez ses parents*).

Dans beaucoup de légendes urbaines les individus qui transgressent les normes sociales ou morales sont punis : soit par une revanche de la victime, soit par les conséquences mêmes de leurs actes (la justice immanente). Klintberg l'explique par l'idée que la justice moderne refoule les instincts de vengeance et que nous restons inconsciemment fascinés par une justice archaïque, expéditive, fondée sur la loi du talion.

On peut observer également les récits traitant des « *voleurs malchanceux* », comme par exemple, *celui qui vole une petite bouteille whisky contenant en réalité un échantillon d'urine destiné à un laboratoire d'analyse.*

Enfin il existe des rumeurs roses qui désamorcent la violence en dénonçant avec humour les effets néfastes des idéologies de l'insécurité.

### **L'évolution des mœurs.**

Les légendes urbaines témoignent des mœurs de leur temps, elles décrivent des situations de la vie quotidienne portées à leur comble.

En fonction des habitudes de chaque pays, culture, corps de métiers, classe sociale... des rumeurs circulent, qu'elles soient réprobatrices, moqueuses ou complices.

Ainsi on a vu circuler des rumeurs sur l'absence de sens pratique des savants, sur l'incompétence des gens modestes,...Il existe aussi des légendes qui reflètent les changements qui sont intervenus dans notre rapport à la mort. Par exemple, l'histoire de la « *grand-mère volée* » exprime la culpabilité que nous éprouvons pour nos comportements égoïstes envers les personnes âgées et leur décès.

Les légendes parlent aussi des mœurs amoureuses et sexuelles et la plupart condamnent la libéralisation des mœurs.

### **Le surnaturel.**

Les rumeurs concernant ce thème sont peu présentes dans le monde occidental, laïc et scientifique. Certaines exploitent le motif de l'objet maudit (*comme la légende de la locomotive n°1313*), d'autres celui des revenants (*l'auto-stoppeur fantôme : des personnes décédées dans un accident de voiture apparaissent pour prévenir les automobilistes d'un danger proche*) afin d'exprimer le secret espoir d'une vie après la mort ou l'angoisse d'une mort violente.

Enfin certaines rumeurs, qui relèvent du légendaire traditionnel abordent le sujet des apparitions divines ou diaboliques : le diable sévit dans les discothèques, l'archange saint Michel fait de l'auto-stop en jean, ou encore de créatures fabuleuses comme des extra terrestres, le yeti,...

## Chapitre III

### La vie des rumeurs : la propagation .

#### A. La diffusion :

Même s'il existe une source initiale, rappelons-le, ce qui crée la rumeur, ce sont les autres personnes, celles qui, en ayant entendu parler, en reparlent. La rumeur est d'abord un comportement. Toutes les histoires racontées ne déclenchent pas toutes des rumeurs. La question première est donc : Pourquoi en colportons-nous certaines et pas d'autres ?

#### **Pourquoi colportons-nous la rumeur ?**

Quelles informations méritent d'être diffusées autour de nous ? Pourquoi désirons nous les répéter aux autres ? Selon Kapferer, plusieurs éléments rentrent en ligne de compte.

#### *La rumeur est une nouvelle*

Un patron de presse a dit un jour « une nouvelle c'est quelque chose qui fait parler les gens ». Une information qui ne serait pas une nouvelle ne peut pas donner lieu à une rumeur. Ce qui fait une nouvelle c'est le fait que ce soit quelque chose qui ne soit pas intégré dans l'ordre commun, ce n'est pas son importance intrinsèque. La nouvelle est quelque chose d'insolite, de hors norme, quelque chose d'inattendu et d'imprévisible.

Ainsi la nouvelle va surprendre, amuser, exciter et le lecteur va s'empresser de la mémoriser et de la répéter : il veut faire partager son émotion.

La nouvelle n'est pas un récit ou une anecdote, c'est avant tout une information qui a un intérêt pragmatique. Elle concerne souvent un événement qui peut apporter des changements subits et importants. Cette information possède des implications pour soi-même et pour ses proches : on attend des conséquences positives ou négatives.

Ainsi la conversation se noue dans l'entourage et très vite on passe des faits à l'interprétation avec les implications que cela engendre. Cela donne l'opinion publique, c'est à dire ce que le groupe pense subjectivement.

Il a trois conditions favorables au déclenchement du processus répétition /discussion que l'on appelle rumeurs :

- Il faut que cette information soit attendue : qu'elle réponde aux espoirs et aux craintes, aux pressentiments conscients ou inconscients.
- Il faut qu'elle soit imprévue.
- Il faut qu'elle ait des conséquences immédiates et importantes pour le groupe.

Parmi les informations capables de rumeurs on trouve tout ce qui change l'ordre des choses et qui conduit à réagir (alertes de danger, changement d'ordre social, ...) mais aussi tout ce qui concerne les personnes pour qui on a de l'intérêt (symboles publics politiques, artistiques ou sportifs...). Dans tous les cas la rumeur court car il y aurait danger, physique ou symbolique, à ne pas la connaître qu'elle soit vraie ou fausse.

### *Parler pour savoir*

Les êtres humains ont besoin de se situer, de s'évaluer par rapport aux autres pour savoir si leurs opinions sont bonnes ou mauvaises : c'est le concept de comparaison sociale. Pour cela, ils ne se comparent pas à n'importe qui mais aux gens qui les entourent.

Parler c'est engager un processus de discussion et d'élaboration, à partir de la nouvelle, dans le but de parvenir à une définition collective de la réalité. C'est par la rumeur que le groupe nous communique ce qu'il faut penser.

La rumeur est un véhicule efficace de cohésion sociale : toutes les discussions qui s'instaurent expriment l'opinion du groupe auquel nous nous identifions.

### *Parler pour convaincre*

Parfois la rumeur peut devenir une entreprise de conversion à ses propres thèses : il faut non seulement transporter la rumeur mais convaincre les autres sur ces propres pensées. Si on me croit, c'est que j'ai raison. La rumeur vient appuyer des idées préconçues.

### *Parler pour se libérer*

Beaucoup de rumeurs sont des fardeaux anxiogènes. En parler c'est faire un pas vers la réduction de l'anxiété. De plus commencer à parler de l'événement identifier c'est faire un pas vers son contrôle et vers son extinction. La rumeur est alors un écoulement socialement acceptable de l'agressivité refoulée.

### *Parler pour plaire*

Certaines rumeurs circulent parce qu'elles sont amusantes, objet de curiosité ou de surprise. Celui qui la transmet est assuré de créer son effet sur le groupe d'ami qui l'entoure. Diffuser la rumeur procure un plaisir, et révèle des sentiments d'excitation et d'émotions.

### *Parler pour parler*

La rumeur est parfois un simple sujet de conversation, pour avoir à dire quelque chose quand on est avec ses amis ou en famille. Nos proches nous connaissent bien et parler de soi peu devenir lassant. Face au « pire danger » qu'est le silence, la rumeur vient prendre confortablement sa place : elle permet de poursuivre la discussion.

La rumeur est aussi une communication émotionnelle : elle invite aux commentaires moraux, aux opinions personnelles et à aller plus loin dans la discussion. Ainsi elle permet de créer du lien avec des personnes que l'on ne connaît pas bien et permet un abord plus proche que de simples conversations mondaines.

## **Quels sont les contextes de diffusion de la rumeur ?**

Une rumeur peut se diffuser dans plusieurs contextes différents et, selon Jean-Bruno Renard, il en existe trois principaux :

- **la diffusion géographique** : elle permet de mieux comprendre les réseaux d'apparition et de circulation des rumeurs. Il peut être intéressant d'établir une carte de répartition pour faire apparaître les zones de présence de la légende urbaine, en notant les dates où le récit a été attesté afin de poser des hypothèses sur le trajet de diffusion.
- **la diffusion sociologique** : elle repère les milieux et les groupes sociaux où circule telle ou telle légende urbaine. La diffusion sociologique obéit au principe de l'implication : on

adhère plus facilement à une information ou à un récit si on se sent concerné. Ainsi, la rumeur concernant les décalcomanies imbibées de LSD a davantage circulé parmi les parents d'élèves des écoles primaires et des collèges. De plus, on croit en général parce que nous avons de bonnes raisons de croire : par exemple, la croyance aux signes sataniques cachés dans les objets du monde moderne sont l'apanage des groupes religieux fondamentalistes.

- **la diffusion historique** : elle permet de découvrir des variantes plus ou moins anciennes de récits contemporains. Souvent les légendes modernes sont des variantes d'anciens récits, mais elles diffèrent par leur contexte culturel et parfois aussi par leur sens.

## A quelle vitesse la rumeur est-elle transmise ?

### *Les sources de l'empressement*

La vitesse de la rumeur n'est que le résultat de l'empressement des personnes à en parler autour d'elles. Les rumeurs sur l'actualité circulent vite car elles se périment vite. La rumeur est une alerte : une information urgente doit être communiquée. Elle a trop d'implication pour que l'on prenne le temps de la vérifier avant de la transmettre.

### *Des relations étroites*

Plus un groupe est soudé, structuré et lié par un réseau efficace d'échanges, plus la rumeur va circuler vite. La vitesse de circulation des nouvelles est donc le reflet de l'efficacité d'un système de communication dont la fonction est précisément de perpétuer cette cohésion. On peut retrouver cette cohésion dans les pays méditerranéens où la communication interne est particulièrement développée (par exemple : on parle de téléphone arabe pour dire que l'information passe de bouche à oreille).

## Quels rôles ont les médias dans la diffusion ?

Aujourd'hui, il est impossible de dissocier la vitesse de propagation de la rumeur de l'attitude que prennent les médias à son égard. Tout sera différent si les médias maintiennent le silence sur celle-ci ou bien s'ils en parlent. Les mass médias multiplient considérablement les publics de la rumeur et celle-ci peut facilement s'élargir à un champ international.

Mais cette célérité accélère aussi le processus d'extinction de la rumeur : en faisant le tour du monde, la rumeur va à la rencontre des preuves qui l'infirment.

Quelles sont les différentes attitudes des médias face aux rumeurs ?

- Soit les rumeurs sont couvertes par les médias : ils ne les diffusent pas.
- La rumeur est parfois relayée en cours de route par les médias. Elle est ainsi accélérée et accréditée.
- Une autre possibilité qu'on les médias est de rendre ambigus des faits qui jusque là passaient inaperçus.
- Enfin, les médias sont parfois des outils de critique et de combats pour lutter contre les fausses informations. (par exemple certaines émissions de télévision y participe comme arrêt sur images)

Aujourd'hui avec l'apparition d'Internet, les rumeurs se diffusent plus facilement, plus vite et donc plus largement. Ainsi une rumeur peut être lancée par n'importe qui à n'importe quel moment et se transmettre de France aux Etats-Unis en quelques jours. Par exemple certaines rumeurs roses ont annoncé sur le Web que des firmes faisaient des cadeaux fabuleux, ainsi à la mi-décembre 2000, on a pu recevoir ce message dans nos boîtes mail : « Veuve Cliquot bonjour ! Ceci est une offre exceptionnelle !! Il vous suffit, pour gagner une caisse de 6 bouteilles de champagne, de renvoyer ce mail à 10 personnes de votre entourage en y mettant en copie l'adresse suivante : [xxxxxxxx@veuve-cliquot.fr](mailto:xxxxxxxx@veuve-cliquot.fr). Vous serez ensuite recontacté afin d'avoir votre adresse personnelle et la caisse de champagne vous sera envoyée sous trois semaines... Tout est offert !!! Profitez-en !!! Il n'y a absolument rien à payer !!! Les frais de port sont inclus. Ce message fait partie d'une nouvelle campagne de publicité visant à faire connaître la marque Veuve Cliquot auprès des Internautes. Bonne journée et à bientôt ? 'L'abus d'alcool est dangereux pour la santé' » (cf annexes : article dans « Libération » sur les rumeurs sur Internet)

Afin d'illustrer la manière dont une rumeur se répand et de démontrer que tout un chacun peut y adhérer nous allons expliquer comment la rumeur s'est diffusée rapidement dans toute la ville d'Orléans.

## **L'exemple de la rumeur d'Orléans :**

### *La propagation : du 20 mai au 27 mai*

Le mythe va commencer à déborder sur le monde adulte, il fermente dans tous les lieux de papotage, la place des marchés, le centre ville qui sera le 31 mai une véritable caisse de résonance car c'est le jour du marché régional. Le centre de la ville devient alors un centre de rayonnement duquel la rumeur va se propager vers tous les horizons économiques et sociaux. Le 24 mai, veille de la Pentecôte, jour des emplettes et rencontres va accélérer sans doute la diffusion de la rumeur. Cela correspond bien au principe de diffusion sociologique, plus on se sent concerné par une rumeur, plus on y adhère et plus on la propage vite afin de maintenir la cohésion. Le mythe s'amplifie en même temps qu'il se diffuse. On arrive à environ 60 disparitions, 28 pour le seul Dorphé. Un réseau de six magasins se livre alors à la traite des blanches. Tous sont dans la confection de mode pour jeunes filles, sauf une boutique de chaussures dans laquelle la drogue est inoculée par une aiguille qui se trouve dans le talon du soulier.

Tous sont des commerçants, jeunes modernes, juifs. Commerçants qui n'ont rien d'exotique dans le sens où ils n'ont pas d'accent étranger et qu'ils ressemblent à tout le monde, mais qui dissimulent cette différence mystérieuse que tout le monde peut nommer : ils sont juifs.

Au niveau des adolescentes, on peut dire que le mythe suscite une frayeur curieuse, un frisson d'aventure. Chez les femmes adultes, il va plutôt déclencher de l'indignation et de la protection. Certaines enseignantes vont même mettre en garde leurs élèves. Ainsi des femmes responsables authentifient le mythe de leur autorité et contribuent à propager la rumeur. Ici on peut observer toute l'émotion, que suscite la rumeur, qu'elle quelle soit, et son rôle dans la diffusion.

La virtualité antisémite du mythe commence à s'actualiser « Ah, ces juifs ! », mais en même temps le mythe rencontre des incrédules tels que les hommes, garçons, maris, pères,... mais la rumeur contourne cette incrédulité. Ils acceptent tout de même la substance première du mythe, celle d'une affaire de traite de blanches mais ne sentent pas leurs filles, femmes menacées. La rumeur dans ce cas n'est pas repoussée mais filtrée et désamorcée. On voit bien ici que même si

les hommes affirment ne pas croire leurs femmes en danger, ils ont tous connaissance de la rumeur car être dans son ignorance pourrait être un danger (symboliquement).

Personne à ce moment là ne perçoit encore le caractère antisémite de la rumeur. Pourtant avant le 24 mai, la police, les partis, la principale victime sont conscients de l'inconsistance de cette rumeur mais pas de son caractère mythologique et offensif. L'intervention par la police de l'authenticité de ses faits, demandée par le Procureur de la République, dément la rumeur et s'en désintéresse.

On peut ici dire que l'une des raisons de diffusion de la rumeur est la libération d'une angoisse afin de réduire l'anxiété, la peur de perdre quelqu'un de cher.

### *La métastase : du 29 mai au 31 mai*

Dés lors en l'absence de toute répression, une incroyable métastase se produit les 29, 30, 31 mai. On dit alors que certaines boutiques sont reliées entre elles par des souterrains qui débouchent ensuite sur la Loire où de nuit un bateau voire un sous-marin vient chercher sa cargaison. Le nombre de disparitions augmentent. Puisqu'il n'y a aucune enquête policière ni journalistique, l'angoisse va chercher une explication : les policiers, préfets, la presse ont été achetés par les juifs. Les pouvoirs officiels sont devenus des instruments de pouvoirs occultes qui règnent dans les souterrains. La rumeur court donc dans tous les sens. Le 30 mai, c'est la reconnaissance soudaine de l'antisémitisme de la rumeur par les commerçants. Les victimes vont se concerter. Le samedi 31 mai, la place du marché devient une zone cyclonale. Il y a des attroupements autour des boutiques incriminées, les clients se raréfient. Les commerçants ont peur et sont très intimidés.

Puis, comme le lendemain, ce sont les élections présidentielles les esprits sont occupés.

Il convient de se demander si on peut établir un parallèle entre les élections et la rumeur. Le cheminement de la rumeur s'est effectué dans la période intérimaire qui sépare le référendum du 27 avril et les élections présidentielles mais en fait, les deux phénomènes coïncident en s'ignorant. La rumeur est indépendante de toute force politique organisée. Mais on peut dire que cette phase correspond à l'incertitude, à l'inquiétude qui puissamment refoulée hors de la conscience politique, aurait dérivé vers les bas niveaux inconscients. L'éventuelle inquiétude intérimaire a donc peut être joué un second rôle dans le développement de la rumeur surtout chez les adultes.

## **B. Pourquoi croyons-nous les rumeurs ?**

Qui ne fut jamais surpris d'apprendre qu'une certaine rumeur, en laquelle il croyait totalement, était pourtant sans fondements ? Nous nous demandons comment notre esprit critique a pu être pris en défaut ?

### **De source crédible**

Les centaines d'expériences faites sur l'efficacité persuasive d'une communication soulignent tous les rôles primordiaux de la source. Kapferer, dans son ouvrage « Rumeurs, le plus vieux média du monde » examine prioritairement la source pour savoir quoi penser du message qui va suivre.



### *Je le tiens de source bien informée*

Les communications orales ne circulent pas au hasard dans le public, dans les groupes. Elles circulent souvent par les réseaux d'affinités personnelles et de proximité. Elles nous arrivent souvent par l'expert du sujet ou une personne plus experte que nous sur le sujet.

Si cette parole experte est mise en doute alors le colporteur fera immédiatement appel à la personne qui lui a transmis la rumeur et qui est plus experte sur le sujet : « c'est l'ami de ma sœur qui est médecin qui a lui-même vu le président à l'hôpital dans le service d'un collègue à lui. ». Il s'agit d'un argument d'autorité suprême : le « super expert » ne peut être remis en cause.

La personne qui relate une information importante cherche souvent à convaincre, à persuader. Le colporteur n'est donc pas neutre : il ne se contente pas d'annoncer une simple nouvelle. Il s'implique complètement, il fait sienne l'information : la rejeter, c'est le rejeter. C'est pourquoi la circulation de la rumeur est une succession d'actes de persuasion.

### *Des relais sélectifs*

Le deuxième facteur déterminant la confiance que nous accordons à une source est sa fiabilité. La personne qui nous donne l'information nous a-t-elle déjà rapportée de fausses informations ? De plus des recherches montrent que si nous avons fait confiance une fois à une personne et que l'information qu'elle nous a transmise se révélait vraie, alors nous ferions toujours confiance à cette même personne par la suite en la considérant comme « bon tuyau ». Or il n'est pas rare que les informations données par la suite par cette même personne se révèlent fausses : notre jugement est donc biaisé du fait qu'on ait une confiance aveugle en notre source.

## **Une information vraisemblable**

Pour croire une information rapportée, quel que soit notre désir d'y croire, il faut au moins qu'elle paraisse plausible à ceux qui l'entendent. Les commentaires habituels sur les rumeurs non fondées ne manquent pas de pointer un doigt moralisateur vers ceux qui ont cru l'incroyable. En réalité c'est parce que les rumeurs sont perçues comme vraisemblables qu'elles peuvent se développer. Toute rumeur est nécessairement réaliste dans le groupe dans lequel elle circule.

### *L'extension du possible*

Pour qu'une rumeur soit plausible, il faut qu'elle soit scientifiquement réalisable. Malgré l'avancée des nouvelles technologies il est difficile de repérer les vraies informations des fausses. Par exemple une rumeur avait circulé en août 1984, disant que les lentilles de contact pouvaient aveugler. Cette rumeur s'était étendue dans toutes les grandes entreprises en France interdisant ainsi le port de lentilles de contact sur les lieux professionnels. Les médecins eux-mêmes ne pouvaient contrecarrer cette rumeur pour deux raisons principales : la spécialisation du savoir et l'abstraction constante de notre rapport au monde physique. Les médecins trouvent normal qu'en certaines circonstances les lentilles puissent aveugler. Les connaissances en physique que nous acquérons dans les cours sont abstraits et nous expliquent des phénomènes mais ne sont pas spécifiques sur cette question concrète de savoir si elles peuvent rendre aveugle.

### *Quels cadres de référence ?*

Accepter qu'une information soit exacte dépend du cadre de référence que chacun utilise pour l'évaluer. Si l'information est cohérente avec son propre cadre de référence, il y a une forte probabilité pour que celle-ci soit tenue pour vraie.

De nos jours, l'absence de cadre de référence nous permet de croire n'importe quelle information : la vulgarisation scientifique a diffusé l'idée que toute théorie est provisoire. La rapidité des changements scientifiques et l'évolution des techniques rend tout savoir douteux, toute certitude impossible lorsqu'il s'agit de penser à l'ordre du monde qui nous entoure. Ne croyant plus à rien, le public croit désormais à tout.

### *La sensibilité du moment*

L'émergence d'une rumeur est donc liée aux circonstances du moment : ce qui est plausible aujourd'hui ne l'était pas hier et ne le sera plus demain. Aux Etats-Unis, une rumeur avait couru disant que plus de trois milles pare brises de voitures avaient été abîmés : ils avaient tous de petites cicatrices dentelées. Selon les dires, il s'agissait de résidus des essais nucléaires qui avait été effectués quelques mois auparavant et qui avaient suscité de l'anxiété chez les habitants. Ainsi tout le monde allait voir son propre pare-brise et découvrait effectivement des petites fissures. Une expertise avait été demandée. Il s'agissait en fait des impacts des petits cailloux projetés sur l'autoroute (phénomène normal) et plus la voiture était ancienne, plus elle en comportait.

### *Des preuves à toute épreuve*

La rumeur nous parvient rarement nue : elle s'accompagne d'un cortège de preuves qui lui confère une indéniable crédibilité. Elle nous fournit un système explicatif cohérent face à un grand nombre de faits épars : en cela, elle satisfait notre besoin d'ordre dans la compréhension du monde qui nous entoure. La rumeur fait parler des événements jusque là perçus sans implication particulière. Pour l'exemple des pare-brise, la rumeur donne une explication sur un phénomène que personne n'avait remarqué et ceux qui l'avaient vu ne s'étaient pas plus penchés sur la question. La plupart des faits sont muets : ce sont nous qui leur donnons un sens, suivant les individus et les époques. Face à un tel événement on se met à faire plus attention et à découvrir des « preuves ». On ramène tout à cet événement qui nous pose question est tout est interprété de façon à ce que cela aille dans le sens de la rumeur.

### *Le plaisir des grandes explications*

La rumeur séduit car elle fournit l'occasion de mieux comprendre le monde en le simplifiant considérablement et en y trouvant un ordre cadré. Sa capacité à réunir dans un même scénario explicatif un très grand nombre de faits, est un des facteurs essentiels de sa séduction. L'esprit humain semble à la recherche permanente de schémas explicatifs équilibrés, permettant de relier entre eux des événements perçus comme désordonnés.

La séduction de la rumeur tient aussi à ce fait humain caractéristique : entre une explication simple et une explication compliquée, nous préférons la deuxième. Quand la rumeur est fantastique, sophistiquée, elle plaît. La complexité de l'explication est associée à l'intelligence et à la lucidité de la personne sur le sujet.

### *Le pouvoir de la répétition*

Au fur et à mesure que la rumeur grandie, elle devient de plus en plus convaincante. La conviction se forme en recevant la même information de plusieurs personnes : si plusieurs personnes disent la même chose alors cela est vrai !

### *Le degré de véracité :*

Il est essentiel de vérifier l'authenticité d'une légende urbaine. En ce qui concerne les légendes traditionnelles la tâche est difficile car elles sont le plus souvent très anciennes, non datées (ou

alors très approximativement) et leur origine n'est pas très précise en raison de leur éloignement historique, géographique et culturel.

Selon Jean-Bruno Renard, il y a donc plusieurs critères à vérifier pour que l'information semble vraisemblable :

- **La source doit être identifiable** : on doit en vérifier l'authenticité.
- On doit **vérifier la réalité des faits présentés** : en effet, certains faits sont scientifiquement faux, par exemple, le LSD ne traverse pas les pores de la peau et ne peut pas provoquer de mort par overdose. D'autres sont matériellement impossibles : un avion Canadair ne peut pas aspirer accidentellement un nageur ; enfin certains sont facilement vérifiables. Cependant, il existe certaines informations, principalement celles qui relèvent de la vie quotidienne, auxquelles les scientifiques ne s'intéressent que très peu et qui font donc rarement l'objet de vérifications.
- Enfin, il faut **rechercher les événements réels qui sont à l'origine d'une légende urbaine** : il y a trois types de transformations des faits en rumeurs :
  - o les faits amplifiés : de nombreuses légendes urbaines naissent de l'amplification, de l'exagération de faits réels. Par exemple, un fait réel relaté dans un journal italien raconte qu'une voiture a heurté le bord d'un carton sous lequel deux enfants jouaient : mais il y a plus de peur que de mal. Vingt ans plus tard l'histoire s'est transformée en rumeur selon laquelle un routier passe voire sa famille rapidement entre deux trajets, et arrivant devant chez lui il roule sur un grand carton ; lorsqu'il demande à sa femme où est leur fils celle-ci répond qu'il joue dehors avec un carton : le routier a écrasé son propre fils.
  - o les faits déplacés : un fait réel est déplacé vers un contexte qui n'est pas le sien. Par exemple, dans les années 1970-80 une rumeur disait que de grands lâchers de vipères étaient effectués par camions ou hélicoptère par des groupes d'écologistes. En réalité il s'agissait simplement de quelques laboratoires pharmaceutiques, qui relâchaient quelques reptiles (après prélèvement de venin nécessaire à produire un vaccin) afin de répondre à la nouvelle loi en vigueur sur la protection des animaux.
  - o les faits reconstruits : la légende urbaine naît de la reconstruction d'un ou plusieurs événements en un scénario dont la structure relève d'une légende type déjà présente dans l'imaginaire collectif. La rumeur des voleurs d'organes qui a circulé en l'Amérique du sud (fin 80) est un bon exemple. Des enfants d'Amérique latine seraient enlevés puis mutilés afin d'alimenter un commerce de greffes d'organes dans les pays riches. Trois causes réelles ont rendu crédibles cette rumeur : le trafic d'organes (aggravé par le fait que des personnes très démunies ont réellement vendu un de leurs reins), l'adoption d'enfants sud-américains par des riches étrangers et les disparitions d'enfants, souvent tués par la violence des rues ou la violence politique. La légende urbaine a regroupé tous ces faits indépendants en les modernisant et en donnant un motif universel ( les jeunes enfants enlevés et tués par des groupes de malfaisants).

## Une information souhaitable

La rumeur est une information que nous souhaitons croire.

### *Le désir de croire*

Parfois la rumeur dit tout haut ce que nous pensions tout bas. La rumeur peut alors justifier l'opinion publique en même temps qu'elle la révèle : elle rationalise en même temps qu'elle satisfait. Par exemple : avant la rumeur nous pensions que tel homme politique était véreux et avec la rumeur nous le savons dorénavant. Loin de rester passifs devant la diffusion d'une rumeur, nous cherchons en nous-mêmes, dans notre souvenir, des éléments, des détails qui pourraient la conforter. Puisque la rumeur exprime nos opinions, nous cherchons à l'améliorer pour la rendre plus persuasive aux yeux des autres.

### *L'écho de nous même*

Les rumeurs que nous apprenons trouvent souvent un écho en nous. C'est le résultat de l'appartenance à un groupe social dont nous partageons les opinions.

### *Les variantes de la rumeur*

Pour que nous puissions y croire complètement, la rumeur doit s'adapter à chaque culture, à chaque groupe social, à chaque personnalité. C'est pourquoi le récit possède des variantes. Selon Jean-Bruno Renard elles sont de trois sortes :

- Les variations **superficielles** : ce sont les différences stylistiques du récit. Celui-ci peut être raconté de manière plus ou moins vivantes, détaillée...
- Les variations **circonstanciennes** : un où plusieurs éléments mis en scène dans le récit sont remplacés par des éléments équivalents, afin d'adapter la légende urbaine à l'environnement culturel de ses destinataires. Par exemple à propos de la rumeur de l'éléphant de cirque s'asseyant sur une voiture, celle-ci changera de marque en fonction du pays où se déroule l'action.
- Les variations **profondes** : elles changent la nature de l'histoire, insuffisamment pour la faire appartenir à une autre famille de légendes, mais suffisamment pour qu'on puisse parler de versions différentes. Par exemple la légende urbaine racontant le cadavre dans une barricade d'alcool (l'alcool ayant déjà été bu), se divise en deux versions. L'une où le cadavre est humain, thème du cannibalisme, et l'autre où le cadavre est un singe, thème des animaux dégoûtants trouvés dans la nourriture.

## La rumeur, son public, ses fonctions

On raconte la rumeur à quelqu'un, mais ce quelqu'un n'est pas choisi au hasard. Chaque rumeur a son public.

### *Le marché de la rumeur*

Chaque rumeur a son marché. On a coutume de dire que la rumeur s'est dissipée dans toute la ville, hors seulement une partie de la cité en entend parler et une plus petite partie encore y croit. Cela peut parfois étonner mais chaque rumeur a ses propres conséquences et ses propres cibles.

### *L'effet d'expériences*

Les hommes haut gradés auraient plus d'expériences concernant les informations qui circulent et pourraient mieux faire la distinction entre informations réalistes et rumeurs.

### *A chaque contenu sa clientèle*

En plus des grands clivages sociologiques, politiques ou socioculturels dessinant le terrain potentiel d'une rumeur donnée, la psychologie individuelle peut accentuer la sensibilité à une rumeur. Par exemple on demanda à deux employés dans une usine de café de faire courir la rumeur suivante : le café serait nocif pour le système nerveux et présenterait des effets cancérigènes. On s'attendait à ce que cette rumeur ait de l'influence sur les personnes venant faire leur pause café. Or, on remarqua que ce fut les personnes non-consommatrices de café qui furent le plus touchées et alertées par cette nouvelle.

### *A chacun son bouc émissaire*

Chaque groupe a son bouc émissaire préféré.

## **Les acteurs de la rumeur**

La rumeur est une œuvre collective, produit de la participation de chacun. Néanmoins, dans ce processus dynamique les rôles sont soigneusement répartis.

### *A chacun son rôle*

Les rôles sont divers mais les plus courants sont les suivants :

- « L'instigateur » : celui qui pose la question ou qui amène un doute
- « L'interprète » : celui qui répond aux interrogations de l'instigateur et propose une explication cohérente et convaincante
- « Le leader d'opinion » : celui dont l'avis va déterminer l'opinion du groupe.
- « Les apôtres » : qui, s'identifiant totalement à la rumeur, tentent de convaincre la cité.
- « Le récupérateur » : qui trouve un intérêt à ce que la rumeur se poursuive, sans nécessairement la croire.
- « L'opportuniste » qui s'en sert pour affermir son autorité morale
- « le flirteur » ne croit pas la rumeur mais la savoure avec délice. Il joue en parlant d'elle autour de lui, prenant plaisir à créer un certain trouble dans son auditoire.
- « Les relais passifs » : ceux qui se déclarent ne pas être convaincus par la rumeur mais qui questionnent l'entourage, soupçonneux de connaître la vérité.
- « Les résistants » : mènent la riposte et constituent des protagonistes à l'anti-rumeur.

### *Le rôle des femmes*

Parler de femmes et de rumeurs c'est prendre le risque d'être accusé de réveiller de vieux stéréotypes de l'antiféminisme primaire. Néanmoins, l'association rumeur/ femme existe dans la culture populaire. Etudions les origines et les motivations de cette association.

Les femmes dans l'histoire étaient plus touchées par les conséquences des rumeurs pour des questions objectives : si une guerre se déclençait, elles se retrouvaient en danger, sans protection avec leurs enfants. Ainsi, elles anticipaient d'éventuelles menaces qui se transformaient souvent en rumeurs.

### *Le rôle de l'intelligentsia*

Souvent, des personnes cultivées se font aussi avoir par des rumeurs. La question qui se pose alors est : « Comment ces personnes ont-elles pu croire à de telles rumeurs ? ». Cette question repose sur deux mythes :

- Le premier repose sur deux affirmations : il existe des êtres d'intelligence pure et la rumeur est un délire repérable à vue d'œil. On s'attend à ce que les intellectuels aient la même attitude quelles que soient les circonstances. Or, avant d'être un maître de la pensée, cet homme est aussi un père, et a été un enfant avec son histoire... Chaque situation interpelle une facette différente dans chaque personne. Ainsi une personne cultivée peut se faire prendre à croire une fausse rumeur.

Le caractère délirant d'une rumeur n'est souvent pas plus évident à repérer pour l'intelligentsia que pour le grand public. L'intelligentsia a de plus en plus une connaissance abstraite du monde qui l'entoure et une vision particulière de celui-ci. Chargés de tout savoir, ils ne peuvent tout connaître. Les sondages le démontrent : leur opinion sur la plupart des sujets est identique à celle du grand public.

- On peut soutenir par ailleurs qu'il est dans l'essence de l'intelligentsia de croire aux rumeurs. Plus on est près du pouvoir, plus on sait que la réalité annoncée au public peut être différente de la vérité. De plus, pour prouver que l'on appartient à la classe près du pouvoir, il faut bien montrer qu'on connaît l'information avant les autres. Faire circuler la rumeur témoigne à l'auditeur que l'on a su des choses avant lui.

### *Pourquoi personne ne vérifie !*

Très peu de personnes vérifient l'information qu'ils apprennent par d'autres personnes. Nous croyons ou rejetons la rumeur sur parole. L'individu se fonde sur le comportement des autres pour définir l'attitude qu'il doit adopter vis à vis de la rumeur et de sa véracité. « Si tout le monde y croit c'est que ce doit être vrai car il est impossible que tout le monde se soit trompé », pense-t-on.

Ainsi le groupe est présumé avoir filtré la rumeur en amont de soi. De plus, colporter la rumeur autour de soi c'est aussi la vérifier : on repose sur le groupe en aval. En somme, il est normal que nous ne fassions pas de vérifications puisque qu'un ensemble de processus naturels est censé faire le tri pour nous.

De plus vérifier soi-même une rumeur suppose deux conditions souvent absentes : la capacité et le désir de le faire. Ne pas avoir envie de vérifier tient non seulement de facteurs psychologiques mais aussi du fait que la rumeur crée une cohésion sociale. Dans des groupes restreints une telle démarche équivaut à remettre en cause ses propres partenaires et ainsi rompre l'unité : le sceptique est un dissident.

## **La rumeur d'Orléans**

Dans l'exemple de la rumeur d'Orléans, on peut se demander quels sont les milieux conducteurs de la rumeur ?

Après analyse, il s'agirait donc de :

- La jeunesse féminine
- Les milieux spécifiquement féminins, lieux de commérages (les femmes seraient plus tournées vers les affaires privées que les hommes plus tournés vers des histoires publiques)

- Les milieux jeunes
- Les classes moyennes et urbaines et les couches semi-rurales des environs plus que l'intelligentsia et la bourgeoisie touchées plus tard dans le processus de la rumeur.

## Chapitre IV : Interprétation

### A . L'analyse du contenu

Selon Jean-Bruno Renard, l'analyse d'une rumeur comporte deux aspects : les modèles théoriques d'interprétation et l'interprétation en profondeur de la légende urbaine.

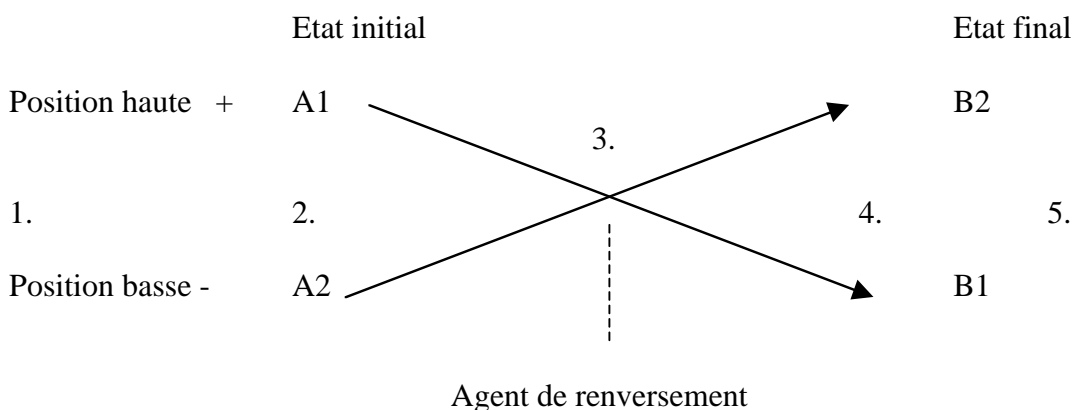
#### Les modèles théoriques d'interprétation :

Selon l'auteur, la légende urbaine, a une construction très proche de la fable : le récit est bref, les personnages stéréotypés, le schéma narratif est simple et l'histoire possède un message plus ou moins caché.

Ainsi le modèle narratologique (étude scientifique des récits) se révélant le mieux adapté pour l'analyse des légendes est celui que propose Christian Vandendorpe pour la fable.

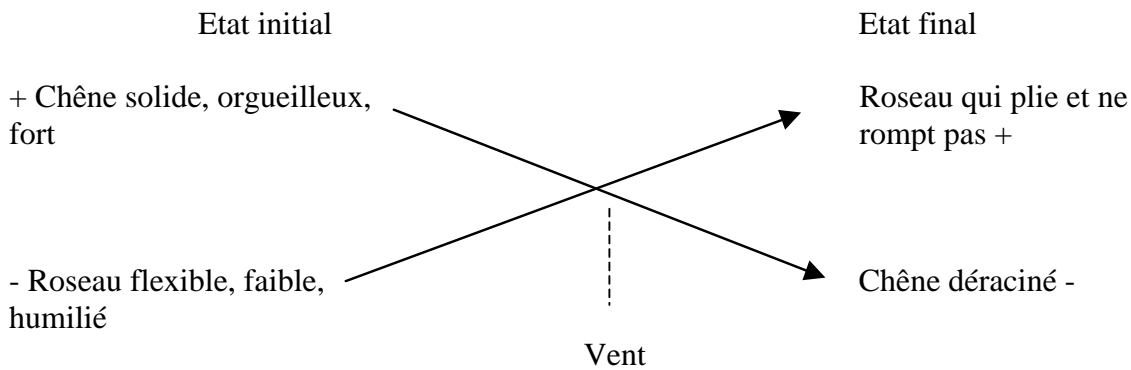
Il s'agit du modèle du double renversement. Il peut être représenté graphiquement par un schéma en X assez simple.

Voilà sa répartition : à gauche, il y a les protagonistes (sujet A et B) tels qu'ils sont décrit au début l'histoire (A1 et B1) l'un en position haute (dominante : +) l'autre en position basse (dominée : -). A droite, il y a les mêmes protagonistes tels qu'ils sont à la fin de l'histoire (A2 et B2) après avoir échangé leurs positions respectives. L'intersection des deux trajectoires (verticale et horizontale) correspond au moment « crucial », au « nœud » de l'intrigue, lorsque les situations s'inversent. Un élément narratif précis (action, nouveau personnage) joue le rôle d'agent de renversement.





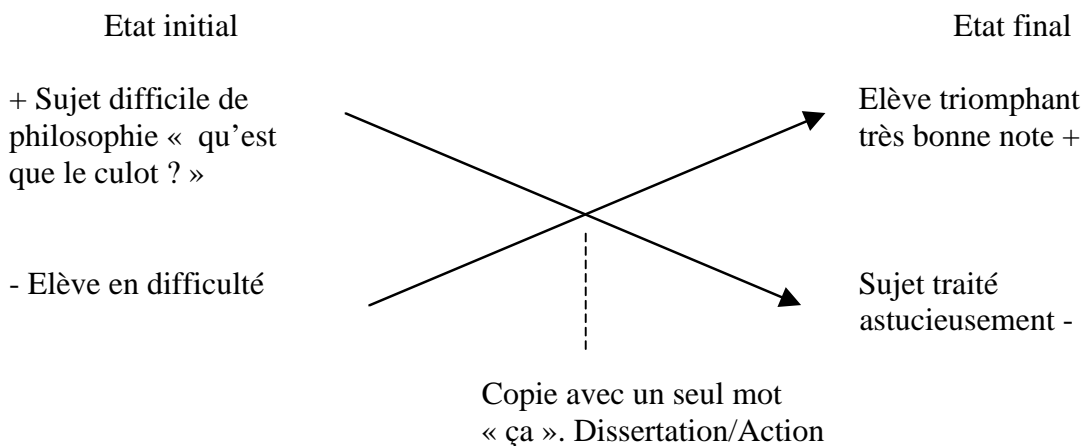
On peut alors donner l'exemple de la fable de La Fontaine : le Chêne et le Roseau :



Ce modèle coïncide avec le classique séquençage du récit en cinq moments : 1. Etat initial, 2. Nouement, 3. Nœud, 4. Dénouement, 5. Etat initial. ( Cf premier schéma)

Il existe un autre modèle, celui de Williams qui met l'accent sur le nœud de l'histoire comme rupture insolite, étrangeté, anomalie. Il distingue ensuite deux types de récit. Le type a : action inhabituelle / conséquence, par exemple la copie de philosophie est une action inhabituelle (on ne rend pas copie blanche habituellement) suivi d'une conséquence surprenante (en plus l'élève obtient une bonne note). Le type b : événement mystérieux/explication par exemple la légende du « doberman qui s'étouffe ». La propriétaire du chien le trouve entrain de s'étouffer (événement mystérieux), le vétérinaire extrait alors des doigts humains de la gorge du chien (deuxième événement mystérieux) puis la police trouve un cambrioleur, les doigts coupés dans l'appartement de la jeune femme (explication définitive).

Les rumeurs se construisent donc selon ces deux modèles en règle générale. Pour illustrer, reprenons l'exemple de la copie de philosophie :



## **L'interprétation :**

Comme nous l'avons déjà vu, la légende urbaine comporte toujours un message, plus ou moins caché, une morale, le plus souvent implicite, et nécessite donc un travail d'interprétation important de la part des chercheurs.

En réalité les légendes urbaines cumulent trois niveaux de significations du plus superficiel au plus profond : le niveau manifeste, sociologique et anthropologique. On va illustrer chacun des trois niveaux avec la rumeur suivante : « Un jeune homme a reçu sa convocation pour le conseil de révision, les "trois jours". Désireux d'échapper au service militaire, il donne pendant l'examen médical un flacon d'urine de sa petite amie, qui est diabétique. Quelque temps après, il reçoit une notification de décision du conseil de révision, qui révèle non seulement le diabète mais encore une grossesse. Il est convoqué par les autorités militaires et jugé parfaitement apte au service militaire ».

**Le niveau manifeste** : c'est le message explicite de la rumeur. Il peut susciter la peur ou l'admiration. Dans l'exemple, le conseil de la vie quotidienne est : comment échapper au service militaire. Il fait parti du récit folklorique de la conscription.

**Le niveau sociologique** : c'est la critique sociale et morale que véhicule le récit. C'est à ce niveau que l'on fait circuler les axiomes (cf plus haut) qui sous-tendent les rumeurs et les légendes. Le récit illustre aussi des dictons et des proverbes. Cela permet de situer le texte dans une ou plusieurs familles de légendes. Dans l'histoire du jeune homme on trouve le motif du dupeur dupé. Il s'agit du thème de la justice immanente ( le jeune homme est puni par ses propres actions). Le récit exprime aussi l'idée de l'ambivalence : le diabète est une maladie mais il est utilisé ici comme une ruse alors que la naissance est un bonheur qui a ici des conséquences néfastes.

Il s'agit donc d'une morale très conservatrice qui se décline sur plusieurs plans : la nécessité de faire son service militaire, ne pas tricher, ne pas jouer avec la maladie, ne pas avoir de relations sexuelles avant le mariage et surtout sans précautions.

**Le niveau anthropologique** : c'est les rumeurs où on observe un retour de motifs folkloriques ou mythiques. Souvent quand on compare les légendes anciennes aux récits contemporains, on observe que ces dernières sont des modernisations, des rationalisations ou parfois une continuation des récits folkloriques.

Dans la légende, le récit traite implicitement des grands rites de passages qui transforment l'adolescent en homme ainsi que la jeune fille en femme. De plus le texte se rattache indirectement à un motif folklorique très ancien : « l'homme enceint ».

A cela on peut ajouter l'analyse psychanalytique des légendes qui se révèle souvent très éclairante. Par exemple les travaux d'Alan Dundes sur la légende du fou au crochet. Il s'agit d'une rumeur selon laquelle un couple d'adolescents entrain de flirter dans une voiture est tout d'un coup interrompu par une annonce faite à la radio. Un fou avec un crochet, accusé de viol serait en liberté : « Effrayé, le couple démarra bien vite. Quand le garçon arriva à la maison de la fille, il sortit afin de lui ouvrir la porte. Et là, il a vu un crochet pendant à la poignée de la portière ». Selon Dundes, on peut identifier le crochet à « une phallus agressif en érection » et affirmer que la tentative du fou pour pénétrer dans la voiture était réellement « une expression symbolique de la tentative du garçon pour pénétrer le corps de la fille ». Ou les études de Michael Carrol sur les fantasmes de castration dans les légendes urbaines comme par exemple la rumeur des alligators dans les égouts de New York.

## B. " La structure d'un mythe ou l'analyse de tous les termes de la rumeur"

Pourquoi avoir choisi dans la rumeur d'Orléans : la traite des Blanches, les salons d'essayage, le commerçant juif,... ? Ces éléments sont-ils chargés de fantasmes, symboles, mythes ? Que représentent-ils pour la société de l'époque ?

### Les thèmes dans la rumeur :

#### *La traite des blanches*

La base de l'échafaudage mythologique à Orléans est la traite des blanches. Comme nous l'avons déjà souligné, il s'agit d'un mythe répandu dans plusieurs villes.

Ce phénomène entraîne une double fascination : il lie le criminel à l'Eros, il lie aussi les pulsions agressives aux pulsions sexuelles que réprime par ailleurs la société policée et le surmoi de la conscience morale et qui ne trouvent alors d'exécutoire que dans la lecture, le spectacle et le fantasme.

Ce thème lie aussi un imaginaire masculin, porté par la violence, la possession des femmes par le rapt à un imaginaire féminin hanté par le viol, l'enlèvement et la prostitution.

Ainsi, ce thème suscite l'imaginaire, le fantasme, une puissance fantasmatique-érotique y est alors investie.

La confusion entre la réalité et la fiction va s'établir et tout va être interprété par cette fantasmatique, appelée à la mémoire de ce scénario archétypique.

Le mythe peut aussi correspondre à des fantasmes chez l'adolescente là où la connaissance de la vie sexuelle est encore que fantasmatique, faite de désirs, de craintes et d'angoisses de l'Eros. Associée à cette dimension, on peut aussi ajouter l'émancipation de la jeune fille à cette époque, qui peut être autant une source d'angoisse et de fascination pour l'adolescente. De la même façon, les mères et les adultes, que cette émancipation effrayent, auront tendance à exagérer les périls de la rumeur pour protéger l'adolescente ; le mythe va alors servir de point de cristallisation des peurs et craintes de ces adultes.

« Ainsi donc, la modernisation de la traite des Blanches, la modernisation du mythe qu'elle engendre, la modernisation de la jeune fille, la modernisation de la vie et de la ville sont les conditions même à l'émergence d'une rumeur apparemment rétrograde ou médiévale. »

#### *Le thème de la drogue :*

La piqûre et les bonbons hypnotiques sont eux aussi chargés de symboles et fantasmes. La drogue remplace en quelque sorte « la drague ». La piqûre et le bonbon accomplissent sur le plan des fantasmes une double et interdépendante mission :

La disculpation : par ces moyens c'est la femme ou la jeune fille honnête qui se fait avoir, son fantasme est alors disculpé, la piqûre innocente celle qui peut se rêver prostituée, elle devient une victime.

La sur-érotisation : la drogue conserve sa fonction aphrodisiaque, la piqûre représente aussi la pénétration « opérationnellement érotique et symboliquement sexuelle », qui transforme la femme en objet-marchandise et objet d'amour.

La présence de la drogue dans cette rumeur est donc chargée de symboles, elle correspond à une dialectique inconsciente et à des fantasmes. La thématique du voyage exotique après l'inoculation de la drogue a aussi son sens dans le fait que le voyage est un désir très important

chez les adolescentes ou femmes. L'invitation au voyage, hors de la ville, dans un monde exotique, dans l'imaginaire, dans les profondeurs cosmiques de soi-même. La drogue déborde donc de son rôle opérationnel pour le trafic, elle est connotée et associée à de nombreux fantasmes.

### *Le thème du salon d'essayage :*

Le salon d'essayage devient aussi un lieu de projection fantasmatique. (luxe// luxure). C'est un lieu mi-clos par des rideaux, tabou car on y montre son corps, ouvert sur le voyeurisme et le strip-tease car on se déshabille sans être chez soi.

Le narcissisme et l'exhibitionnisme y fleurissent, l'essayage autorise ce qui serait prohibé (attitudes, séduction,...). C'est donc un lieu chargé de séduction, tentations, érotisé où les fantasmes peuvent trouver matière.

Le mythe de la traite des Blanches va donc ré accoupler ce que la société sépare, réalise ce que la société interdit, unifie ce qui est contradictoire, c'est à dire les fantasmes et la réalité, le sexe et la violence, la vie quotidienne d'une jeune fille et les bas-fonds de la prostitution.

Le fantasme va donc devenir mythe, « un récit imaginaire, organisé et cohérent selon une logique psycho-affective qui prétend se fonder en réalité et vérité ». Mais pour que le mythe vive, il lui faut un autre élément, le tenancier louche impliqué dans la traite des Blanches.

### *Le thème des Juifs*

Le juif comme fomenteur de la traite des Blanches est quelque chose de totalement absent dans la fiction de mass-médias (le plus souvent ce sont des proxénètes, des gangsters, des marseillais, corses,..). Dans cette rumeur, il faut un commerçant mais qui appartiendrait à un monde mystérieux, inquiétant. C'est ici que le juif apparaît...

En effet, le juif semble correspondre à l'être double qu'exige le mythe. Jeune, il ressemble à tout le monde, mais il est autre, inquiétante différence et étrangeté qui va nourrir le mythe. De plus, le juif devient suspect numéro 1 car il gagne beaucoup d'argent parti de rien. Et le mythe va alors apporter une explication à ce mystère économique, « les robes sont bon marché mais les femmes se vendent cher », c'est le mythe du « prêt à déporter » qui se met en place.

Le juif permet donc d'incarner le fantasme, il remplit la case vide du coupable à double visage. Il est important de souligner la non-conscience de l'antisémitisme de la rumeur, qui favorise sa propagation, en fait il a fallu la métastase délirante pour qu'il y ait une prise de conscience.

Donc à l'origine, le mythe n'est pas utilisé contre les juifs, il utilise le juif pour boucher son « trou mythologique ». Mais, « l'antisémitisme virtuel » est bien présent dès la naissance de la rumeur.

Le mythe associe donc le juif à un danger sexuel ce qui fait apparaître un trait archaïque celui de réduire la vierge innocente en marchandise et en objet d'immolation, et évoque le thème du sacrifice rituel médiéval sur l'enfant chrétien, nécessaire à la pâque juive.

La rumeur d'Orléans ferait alors écho à de grandes peurs du Moyen Age en ressuscitant le même fantasme anti-juif mais atténué et modernisé. L'héritage culturel de notre société resurgit, réveille le fantôme du coupable congénital enraciné dans deux millénaires d'Occident chrétien. Le fantôme du juif médiéval, le fantôme de Judas et du Tentateur s'éveillent.

Ainsi, le thème du juif-autre et coupable monte et augmente la rumeur qui ne déclenche pas l'antisémitisme politique mais va « racler » les résidus antisémites déposés dans les différentes strates sociales et surtout éveiller les « virtualités péjoratives dormantes » à l'intérieur de la

notion du juif-autre. C'est dans la phase de la métastase que s'accomplit le passage du singulier au générique, c'est à dire des commerçants juifs au juif en général.

Le spectre du juif devient progressivement le centre du mythe en surplombant le thème de la traite des blanches qui l'a appelé. Mais l'antisémitisme reste latent et dès la contre-offensive et l'antimythe, le fantasme contre le juif se racornit, se disperse, sachant que les germes demeurent avec le sentiment de la différence qui sépare le juif des autres.

Le mythe a fait ressortir le juif, tel un fantôme, des souterrains où il était rentré depuis la fin de la seconde Guerre Mondiale, souterrains profonds, archaïques et médiévaux. Il s'est donc incarné dans quelques commerçants. Il a semé la terreur puis il a été exorcisé et il est rentré à nouveau dans les souterrains. La rumeur d'Orléans était-elle antisémite ?

Difficile de répondre à cette question, puisque l'antisémitisme est resté à l'état virtuel dans la rumeur, il a échappé aux normes politiques. En fait, toute parole même neutre sur le juif semble pouvoir ranimer le juif souterrain, fantôme, fantasme. C'est antisémitisme archaïque est inconscient à celui qui le porte en germe.

### *Le thème de l'émancipation féminine et la ville moderne*

Le magasin de Dorphé, premier visé dans la rumeur, peut être perçu comme un lieu symbolique de l'émancipation féminine car il est moderne, à la mode. Il représente le culte de la nouveauté qui attire mais aussi effraye car signifie l'inconnu, le danger voire le péché (minijupe). Il engendre donc des angoisses, climat propice aux fantasmes.

Comme nous l'avons souligné, le mythe d'Orléans est chargé de fantasmes, il porte en lui entre autre un frisson mêlé de plaisir et d'angoisse. Il ouvre les portes de la prostitution, de la drogue mais aussi celles de voyages, de l'aventure et de l'extase.

Il est important de remarquer que cette époque est marquée par une crise : d'un côté des mères , éducatrices qui craignent l'émancipation des jeunes filles, par les yéyés ainsi que la modernité, à l'opposé les jeunes filles prônent la nouveauté, tout en ayant peur. Du coup, le mythe d'Orléans va incarner pour les mères les périls de l'émancipation féminine et de la modernité. La preuve de leur nocivité est symbolisée. La prolifération du mythe confirme la crainte conservatrice : la minijupe conduit à la prostitution.

On voit bien que dans ce mythe se rencontrent deux inquiétudes et deux attirances :

- La crainte des adolescentes de la traite des Blanches, et par extension de leur propre sexualité, ainsi que leur attirance secrète pour ce mythe qui symbolise leurs fantasmes et leur émancipation.

- La répulsion des mères pour les yéyés, l'émancipation de leurs filles et leur attirance secrète pour ce mythe qu'elles utilisent pour recouvrer leur autorité.

Le mythe d'Orléans est donc aussi en creux un mythe de l'émancipation féminine et plus largement de la nouvelle vie moderne.

La vie la ville moderne peuvent donc faire peur et produire des fantasmes et même réactiver de vieux thèmes notamment celui de réseaux souterrains avec leurs puissances occultes, qui attaquent les fondations de la ville dans tous les sens du terme. Ainsi, l'angoisse moderne de la ville se cristallise dans ce mythe et va même faire ressusciter des angoisses archaïques.

Un vide dans la ville est ressenti, et ce surtout par les jeunes qui lorgnent la vie parisienne avec envie et crainte. C'est dans ce vide, commun à tous les habitants, d'où jaillissent des angoisses que les fantasmes peuvent prendre corps et, que tous les Orléanais se sont également retrouvés,

le temps d'une rumeur. Ce sont ainsi les inquiétudes du côté des jeunes filles et du côté des adultes concernant la modernité et la provincialité qui en se rencontrant ont formé la rumeur. Les craintes des deux bords se sont rejointes dans le mythe.

### *Un mythe polymorphe*

Le mythe n'est pas une invention politique de source antisémite, ni un simple fantasme de jeunes filles et trouvant sa disculpation dans un juif bouc-émissaire, ni le simple retour d'un thème traditionnel. L'Eros en jeu dans la rumeur représente aussi un problème et la modernité en est la source.

Ce mythe est polymorphe car il contient plusieurs éléments liés les uns aux autres, ce qui complexifie la tâche de les différencier. Ces éléments sont symboliques, ambivalents. Ils concernent les problèmes de la jeunesse féminine, l'émancipation de la femme, la ville moderne et tous ses problèmes urbains.

Le mythe fait également resurgir des mythes archaïques, des angoisses traditionnelles en même temps que des angoisses modernes. Il s'y mêle des désirs et angoisses érotisés. Le mythe dégage une « poésie fabuleuse » (drogue, piqûre, rapt, voyage,...). C'est aussi un outil riche sociologiquement pour cerner la société actuelle, ses mécanismes, l'inconscient collectif et la conscience moderne. Ainsi, tous les malaises de la nouvelle modernité juvénile, sociale et urbaine se précipitent dans la rumeur et l'alimentent, le mythe devient le miroir de ce qui se trame dans la ville même et dans la société en général. A travers cette rumeur, c'est aussi la rencontre du vieil et du nouvel Orléans, des adultes et des jeunes.

## **2. Mythe issu du passé, révélateur de la société actuelle : interprétation.**

### *Que révèle-t-il de la société ?*

L'évènement d'Orléans correspond au surgissement d'un mythe véhiculé par une rumeur, mais c'est aussi une **crise** qu'a vécu cette ville. Une crise, dans le sens où cette situation a fait jaillir l'occulte et mis en mouvement le corps social, une situation pleine de richesse sociologique. En effet, à travers la rumeur d'Orléans, il a été possible de suivre la genèse de cet évènement, son déploiement et sa métastase attaquée par les répresseurs et puis aussi ses nouvelles transformations à travers sa dislocation.

Ce phénomène a aussi permis de rendre compte de l'irruption, de l'incarnation d'un mythe qui **a catalysé des angoisses flottantes qui sans cette crise et cette rumeur seraient restées dans l'ombre.**

Cet évènement a aussi permis de comprendre que le mythe, issu de la jeunesse féminine, et qui relève d'une angoisse sexuelle, va très vite se répandre dans tous les « sous-sols » de la ville entière et avoir une résonance sur une angoisse généralisée, traduisant les incertitudes et peurs de tout Orléanais ; angoisse qui va alors faire appel au besoin archaïque d'un coupable, bouc émissaire qu'offre le spectre médiéval du juif.

Nous comprenons également que la croyance en la réalité du mythe révèle un dérèglement dans le corps social ainsi que l'entrée tardive du système d'alerte et des répresseurs ( la Polis) qui jugent certainement inoffensives certaines « zones non-policiées ».

La crise, comme nous l'avons déjà dit, a été surmontée, mais laisse des résidus et des germes de mythes et rumeurs. On peut voir dans l'évènement d'Orléans une signification générale de la société française de l'époque. Il est révélateur de la société en même temps qu'il est issu du passé.

### *Les changements source d'angoisse :*

La rumeur d'Orléans nous apprend donc qu'il existe des fantasmes ignorés, des thèmes inconnus dans la culture de masse et une mythologie moderne.

Il est important de souligner que l'époque de cette rumeur est soumise à des nombreux changements dans la société. C'est la nouvelle phase de l'après-guerre, la reconstruction, c'est aussi une nouvelle place de la femme dans le monde du travail. La jeunesse change aussi et commence à devenir une nouvelle classe d'âge avec son influence. Cette période correspond aussi à l'urbanisation, à la modernité, aux changements des mœurs.

Par conséquent, toutes ses nouvelles transformations sociales suscitent des angoisses en terme de sexualité, de modernité, de l'urbanisation,... Or la tendance naturelle de l'angoisse est de laisser libre cours à des fantasmes, à la régression dans la recherche d'un refuge archaïque et aussi suscite la recherche d'un bouc émissaire. La culture de masse va donc se nourrir de ces angoisses et les nourrir, lieu de fermentation mythologique, elle ressuscite des mythes archaïques en leur donnant une forme moderne.

*« La culture de masse réussit à faire vivre l'imaginaire comme du réel et à faire vivre le réel comme de l'imaginaire »*

C'est donc à partir d'un fait qui semble réel sur la traite des blanches, que le vieux mythe sur ce thème va être repris, avec une forme moderne, avec une charge fantasmatique nouvelle. Ainsi le mythe d'Orléans est à la fois très archaïque et moderne, c'est à dire qu'il révèle la société actuelle et aussi un passé archaïque.

### *La vérification :*

Une des forces du mythe que nous avons déjà souligné, c'est qu'il s'appuie apparemment sur la vérification la plus rigoureuse : celle du témoignage direct qu'apporte une personne de confiance (un parent, ami, voisin). Le témoignage reste toujours quasi direct mais toujours assez éloigné pour éviter tout contact trop direct. C'est comme si inconsciemment, on s'arrangeait pour ne pas avoir à vérifier directement l'information.

Le mythe est aussi renforcé par l'absence de souci de vérifier l'information en faisant par exemple appel à la police. De la même façon, la non-arrestation des coupables pourtant pris en flagrant délit dans la rumeur ne perturbe pas ; ce n'est que quand le mythe déborde dans le milieu adulte que l'on va rationaliser en disant que les policiers sont achetés par les commerçants juifs, le mythe devient alors encore plus frénétique. Un autre élément étonnant, c'est la très faible frayeur de ce danger prétendu répugnant et radical. Les autorités ne sont pas alertées, on continue à aller dans les boutiques accompagné.

Pour Morin, il s'agit d'un processus hystérique, d'une hystérie collective qui va donc jusqu'à refouler tout ce qui pourrait être une vérification décisive, oubli qui permet de solidifier la rumeur et d'empêcher qu'elle ne cesse. La rumeur est friande de petits événements, signes qu'elle happe, enrobe de sens, interprète dans une rationalisation délirante.

*« La rumeur effrayée cache, enveloppe quelque chose de délicieux »*

### *La rumeur dans les autres villes*

Claude FISCHLER, en février 1970, observe à Amiens le même phénomène qu'à Orléans. Une rumeur qui comporte les mêmes circonstances, les mêmes similitudes.

La rumeur court d'ailleurs dans plusieurs villes.

Il est important d'observer que ces deux villes ont beaucoup de points communs : historiques, démographique, économique,...

L'affaire d'Amiens va alors conforter les hypothèses faites par Morin et son équipe. D'autres villes seront aussi touchées par les mêmes bruits, ces caractères communs sont donc révélateurs de traits fondamentaux de la société de l'époque.

D'ailleurs Morin va souligner dans sa préface l'efficacité de sa recherche sociologique car la rumeur se répétant à Amiens, elle dévoile un dispositif mythologique. En effet, il s'agit dans les deux rumeurs d'une résurgence d'un antisémitisme archaïque, produit de déterminations inconscientes révélant le moyen âge moderne.

### *L'origine féminine :*

Dans tout ce qui est raconté l'origine du bruit est féminine, comme c'est le cas à Amiens et Orléans ; le milieu féminin ( et particulièrement adolescentes) est le conducteur de rumeur qui comporte alors un répertoire mythologique spécifiquement féminin.

### *Le bouc émissaire :*

Celui qui est visé dans la rumeur, c'est toujours l'Autre , celui qui est différent : la femme seule, l'étranger en ville, le commerçant qui fait rapidement fortune. L'Autre idéal, c'est le juif, rôle inquiétant, chargé de symboles et fantasmes, il devient le bouc émissaire, le coupable nécessaire à tout mythe et rumeur. Le mythe et la rumeur font figure de points de cristallisation de problèmes sociaux ( à Orléans : l'émancipation des jeunes, la culture yéyé, la nouvelle vie et ville modernes, évolution réelle et la transformation des cités provinciales, les fantasmes archaïques du Juif), c'est donc du nouveau et de l'archaïque qui se mêlent.



## Chapitre V : La mort de la rumeur

### A. Mort naturelle de la rumeur

#### La fin de la rumeur et la signification du silence

Toute rumeur est vouée à s'éteindre.

#### *Nécessairement éphémère*

En réalité il n'y a rien de magique dans la fin d'une rumeur. Cela est structurel et inscrit dès son départ : la rumeur s'épuise en vivant. Elle crée elle-même les ressorts de sa disparition.

#### Un intérêt fugace

La plupart des rumeurs ont un intérêt d'amusement, d'entretien de la conversation. Chaque rumeur est balayée par une autre rumeur tout aussi plaisante, chargée d'occuper les bouches et donc elle aussi éphémère. L'abandon de l'intérêt du public pour cette rumeur ne veut pas dire que ce dernier ne croit pas la rumeur. Il a simplement cessé de s'en préoccuper pour passer à d'autres nouvelles.

#### L'exagération autodissipante

L'exagération est fréquente dans les rumeurs. Elle sert à maintenir l'attention des interlocuteurs. Beaucoup de rumeurs dites « incroyables » sont cru par des personnes car celle-ci sont sous tension. Les situations de foule sont propices aux rumeurs : la proximité des personnes facilite la communication et l'auto excitation nous fait accepter sans objections les rumeurs les plus étonnantes qui n'auront aucune chance d'être plausible le lendemain une fois la tension retombée.

#### Le contexte évolue

Dès que le contexte évolue la rumeur perd toute sa valeur et n'a plus de raison d'être. Par exemple, dans tous les pays où des élections sont en cours, plus l'heure des résultats se rapproche, plus le climat devient tendu et les rumeurs hostiles. Lorsque les urnes ont parlé, leur hostilité n'a plus de raison d'être et les rumeurs se taisent.

#### Quand la rumeur persiste

Certaines rumeurs semblent résister au temps. Ce phénomène est explicable : la rumeur rencontre à chaque fois un nouveau public qui la découvre pour la première fois, convaincu de mettre la main sur une information récente et certifiée. Un jour ou l'autre la rumeur laisse place au silence. Cependant la fin de l'émoi explicite manifesté dans les parlers collectifs ne signifie pas que le sujet soit oublié, ni que la tension sous-jacente ait disparue.

#### *L'après rumeur*

L'après rumeur intéresse peu. Tout semble rentrer dans l'ordre et la vie va reprendre comme avant. Hors pour les rumeurs qui furent intenses en émotions, le silence qui retombe par la suite est trompeur. Tant que les tensions souterraines ne sont pas apaisées, la rumeur peut refaire surface.

## **L'éternel retour ?**

Ainsi les grandes rumeurs ne meurent pas. Elles s'éteignent provisoirement et tel le volcan, se réveillera un jour. Mais en plus elles ont la capacité de se mouvoir : nul se sait où elles vont se reproduire à l'identique ou sous une forme plus proche.

### *Le souvenir de la rumeur*

Une rumeur qui éclate peut faire surgir le souvenir d'une rumeur ancienne qui avait la même forme. Cependant si cette ancienne rumeur n'avait pas rencontré de démenti alors c'est la contenu de la rumeur qui survient et non le fait que cet événement ait été vérifié ou non. Ces histoires qui resurgissent servent souvent de scénario plausible pour une nouvelle explosion locale.

### *La reproduction des symptômes*

La rumeur est un objet, une production, une représentation mentale. Il existe plusieurs situations types propices à la production de rumeurs :

1. Lorsque des faits dont le sens est bien connu sont décelés par des éclaireurs ou des initiés qui s'empressent de la faire savoir en catimini  
(par exemple à la bourse lorsque que certains indicateurs clignent cela pourrait engendrer quelques évènements)
2. Lorsque des faits ambigus créent une demande de réponses insatisfaites : le groupe se pose des questions.
3. Lorsque la sensibilité à vif du corps social prend spontanément la parole pour s'exprimer, en dehors même de tout événement.

### *La permanence du trouble*

Un type de rumeurs ne part pas de faits ambigus : il le crée, les façonne. La rumeur se présenterait comme l'explication idéale des indices qu'elle a elle-même imaginée. En réalité les craintes, les angoisses, les frustrations ne quittent jamais le corps social. : seule l'expression de ces peurs a été refoulée, canalisée, légitimés. Ces peurs s'incarnent dans des bruits rampants qui peuvent de venir des rumeurs si les conditions le permettent. L'apparition répétée des rumeurs serait du à un relâchement d'un mécanisme de contrôle, faisant ainsi resurgir de vieilles peurs enfouies dans le corps social. Le retour de la rumeur est donc l'indicateur de la permanence du trouble, de la cité, du groupe social, du pays.

### *La permanence du bouc émissaire*

L'éternel retour est le destin des boucs émissaires. Toutes les sociétés vivent leurs grandes crises comme des punitions : il faut alors chercher des boucs émissaires chargés inconsciemment des péchés de la collectivité. D'autre part, face à une crise inexplicable, désigner un coupable, c'est trouver la cause du mal donc faire un pas vers sa résorption. Les coupables potentiels sont toujours les mêmes : les étrangers, les maïs intégrés dans la société, ceux qui ne partagent pas les croyances. Les rumeurs peuvent aussi s'attaquer à des substances telles que le sucre ou encore la pilule qui serait sujette à de nombreuses rumeurs.

## B. L'antirumeur : peut-on éteindre une rumeur ?

### L'antirumeur

Peut-on éteindre une rumeur ? Quels sont les moyens à mettre en œuvre ? Quelle est l'efficacité des démentis ? Questions que se posent en fait toute personne, groupe ou organisation se trouvant victimes d'une rumeur, avec ses effets négatifs voire dramatiques.

Kapferer donne l'exemple d'une grande firme américaine **Procter et Gamble** qu'on a accusé de faire partie d'une secte, la secte Moon en 1980. La société va très vite récuser cette rumeur et quelque temps après, toute rumeur sur le sujet n'existe plus. Mais fin 1981, une nouvelle rumeur va circuler; cette fois on dit que l'entreprise américaine est possédée par Satan. Procter et Gamble ont alors choisi comme **stratégie antirumeur** d'envoyer à 67 leaders d'opinion religieux et puis à 48000 organisations religieuses un dossier explicatif de démentis.

Mais cette initiative ne suffit aucunement à empêcher la diffusion de la rumeur. Devant cet échec, la société choisit alors de **faire appel aux médias** par la voie d'un communiqué de presse. Deux distributeurs et une société concurrente sont également poursuivis en justice par Procter et Gamble qui les accuse d'avoir diffusé un tract avertissant de la nature satanique de la société. De plus, un standard avec un numéro gratuit est mis en place pour répondre aux appels du public concernant cette rumeur. Au bout de quatre ans, devant la **réurrence des rumeurs**, la société décide de retirer en 1985 son logotype (interpréter comme signes sataniques) sur tous ses produits.

Ainsi, on voit bien à travers cet exemple combien il est **difficile d'éteindre une rumeur** ; malgré tous les moyens mis en place par Procter et Gamble, la rumeur a persisté.

Pour réagir face à la rumeur il existe aussi **d'autres stratégies** à mettre en œuvre :

- **Le silence** : attitude de beaucoup d'hommes politiques, restant dans une sorte de dédain,
- **La concentration** : c'est à dire que Procter et Gamble n'aurait pu se centrer que sur certains états américains puisque cette rumeur circulait davantage dans le sud des Etats-Unis. Du coup, en étendant sa stratégie de communication à tout le pays, certains états ont été mis au courant et la rumeur de cette façon s'est propagée.
- **La publicité** : mais cette stratégie est coûteuse, et elle risque d'avertir également ceux qui ne l'étaient pas.

Mac Donald a utilisé la publicité comme contre attaque à la rumeur qui spécifiait que l'on pouvait trouver de la viande de ver de terre dans les hamburgers. La société a alors utilisé le slogan : « 100% pur bœuf ». Elle a aussi affirmé par un communiqué de presse que la viande de ver de terre était de toute évidence beaucoup plus chère au kilo que la viande de bœuf !

Dans le livre d'Edgar Morin, la rumeur d'Orléans, l'antimythe ou la contre rumeur a été plutôt efficace mais elle a laissé éclater beaucoup de mini-rumeurs avant le réel refoulement et l'amnésie progressive. Ce sont des personnalités comme l'évêque d'Orléans, des associations, des fédérations politiques, la police, des comités anti-racistes et la presse qui vont s'emparer de la rumeur et la démentir. Mais un anti-antimythe va naître : la presse, les associations, les élus locaux,... seraient eux-mêmes achetés par les juifs.

Pourquoi cette riposte semble avoir mieux fonctionné que celle de Procter et Gamble ?

D'une part, la rumeur d'Orléans ne se limitait qu'à la ville et pas au pays tout entier comme dans la rumeur de Procter et Gamble. Du coup, la campagne de démentis est plus concentrée et peut mieux fonctionner.

### **Le démenti : un art périlleux**

Démentir une rumeur est donc un art périlleux. En effet, **le démenti a beaucoup moins de valeur que la rumeur, il est moins surprenant**, banal. Il reste une information froide, sans affects et sans imaginaire et nous plonge dès lors dans la banalité du réel.

Dans le cas d'Orléans, on peut dire au contraire que le démenti était plutôt une information « chaude », dans le sens où l'affaire est dévoilée par les organisations locales et nationales comme une remontée de l'antisémitisme. Ceci peut entre autre expliquer le fait que cette rumeur s'est assez vite consumée car elle pouvait remettre en jeu l'équilibre social.

Contrairement au démenti, la rumeur est répétée, active, vivante, elle s'enrichit, évolue. **Ainsi on peut dire que pour être efficace le démenti devrait se répéter alors qu'il est souvent communiqué une seule fois dans les médias.**

L'autre problème pour l'auteur est le fait que **le démenti touche plutôt ceux qui sont déjà convaincus que ceux que l'on cherche à convaincre**. En effet, on évite souvent d'entendre toute information qui remet en cause notre propre façon de penser, on fuit devant un message contraire à nos convictions, surtout lorsqu'il est chargé affectivement. Il peut même arriver que l'on puisse transformer ce qui est dit à la radio ou à la télévision, par exemple, car l'écoute n'est pas très assidue. Ainsi, si la rumeur est répétée au début du démenti, on ne peut être attentif qu'à cette première partie et penser que la rumeur est authentifiée.

**Le démenti a aussi pour défaut de porter la rumeur à la connaissance de ceux qui ne la connaissent pas.**

Certaines rumeurs disparaissent car elles ne résistent pas à la logique, d'autres pourtant restent imperméables au rationnel. En outre, plus une rumeur a un contenu symbolique fort, moins les détails incohérents ou irrationnels ont une importance. C'est le signifié qui compte le plus. Le fond prime alors sur la forme.

Certaines rumeurs sont même plus subtiles **car aucun fait ne peut prouver qu'elles sont fausses**, telle que la rumeur de Procter et Gamble, déjà citée. Aucune enquête ne pourra donc réfuter cette rumeur.

**La rumeur comme le démenti fonctionne sur la même logique : il faut croire sur parole.** Ceci implique **un émetteur crédible pour mener la riposte** et décrédibiliser la rumeur et une confiance du public dans les canaux officiels de l'information et des autorités, souvent remis justement en cause par la rumeur.

## Changer l'image de la rumeur

Ainsi, « *plus la rumeur a un fondement émotionnel, moins la stratégie du réel est opérante* ».

La réalité suffit rarement à enflammer l'imagination du public : pourquoi alors espérer qu'elle l'éteigne ?

L'auteur va s'appuyer alors sur une citation de Asch – fondateur de la psychosociologie contemporaine – « *les gens ne changent pas leur perception d'un objet, c'est l'objet de perception qui change* », ainsi **pour changer l'opinion publique, il faudrait changer l'image de la rumeur.**

C'est ce qui s'est passé pour la rumeur d'Orléans, la riposte a en fait montré une image différente de la rumeur, celle d'une facette antisémite, donc d'une identité inacceptable. Cette nouvelle image de la rumeur va donc permettre de faire taire les « on-dit ». Il devient en quelque sorte malséant d'en parler, dévalorisant.

Pour modifier l'image d'une rumeur, on peut aussi :

**Chercher les erreurs**, les incohérences, les impossibilités grossières, mais les limites de cette recherche ont déjà été évoquées.

**Expliquer au public** pourquoi il croit à la rumeur. En effet, le public, pour Kapferer, n'a pas conscience des raisons profondes qui les conduisent à croire. La croyance à une rumeur est toujours projective, expliquer les raisons pour lesquelles le public a adhéré à la rumeur peut être alors efficace dans un démenti.

## Mieux vaut prévenir

Dans les années 60, aux Etats-Unis, on a **cherché à prévenir la diffusion des rumeurs** dont l'expérience montrait qu'elles débouchaient sur des émeutes raciales. (Bien que ce soit justement parce qu'il y avait conflit social latent, que des rumeurs se répandaient).

Ainsi, des **centres d'informations spécialisés**, appelés **centres de contrôle des rumeurs**, fleurissent aux Etats Unis. Faisant office de centres d'appel, ils devaient donner des informations exactes qui provenait des administrations locales et de la police. Ainsi, ces centres d'appels perdirent très vite de leur crédibilité auprès de la communauté noire.

Pour prévenir, une rumeur **il faut agir très tôt**. C'est ce qu'a fait la société Xerox, importante entreprise dans la photocopie, quand elle apprend que des chercheurs analysent les poudres et les encres des photocopieuses. La société va entreprendre immédiatement ses propres recherches afin de vérifier l'existence de particules nocives et contrer la rumeur proche. Lorsque la rumeur éclate, Xérox présente les résultats de ses recherches en maîtrisant de cette façon la rumeur.

Un autre exemple, celui de Saupiquet, accusé d'intoxication alimentaire suite à l'hospitalisation d'un adolescent ayant mangé du thon. La société choisit alors la transparence et prend les devants. Elle affirme avec calme la confiance dans son produit. Elle retire toutes les boîtes de thon de la série, et fait part quelques jours plus tard d'un communiqué mettant hors de cause la société, la rumeur est alors contrôlée par ce démenti.

## C. La rumeur d'Orléans

### « Riposte et régression »

#### *La riposte et résorption : du 2 juin au 10 juin*

La rumeur redémarre le lundi, après les élections, ardente mais elle va rencontrer cette fois et de front la riposte.

Ainsi, le 2 juin, les organisations antiracistes se saisissent de l'affaire. Deux articles courts mais virulents vont paraître dans deux quotidiens régionaux. Le phénomène occulte et souterrain entre dans la Polis, c'est à dire la police et la politique.

Le 7 juin, c'est la presse parisienne qui s'en mêle ; les termes de « calomnie, cabale, racisme, hitlérisme,... » sont utilisés par la presse, dans les communiqué d'organisation, par les partis politique, par une association de déportés,...

Il va alors se livrer un combat décisif entre le bouche-à-oreille et la presse, entre le mythe et les démentis de la rumeur et la Polis.

Puis, toute cette riposte, toute cette campagne antimythe intimide et dissuade la rumeur qui finit par être refoulée, progressivement l'amnésie prend place. Elle se disloque sous la contre-attaque. A la fin de la première semaine de juin, les commerçants visés retrouvent leur clientèle.

#### *La régression, résidus, germes et mini-rumeurs : à partir de juillet*

Début juillet, l'enquête sociologique débute. Alors que tout semble oublié, liquidé de multiples « sous-rumeurs » naissent dans la décomposition de la rumeur, un grouillement de « mini-mythes » s'est formé.

Plusieurs constats sont observés par l'équipe de sociologues :

Une rémanence de petites peurs chez les femmes âgées qui ne sont jamais entrées dans ce genre de boutique de confection à la mode ainsi que chez les jeunes femmes qui viennent toujours accompagnées dans ces boutiques.

La persistance voire la renaissance d'un mythe plus atténué, dans certains secteurs sous-informés. Par exemple, début juillet, une mini-rumeur sur les disparitions de deux femmes circulent encore. Le 7 juillet, un curé d'une paroisse distante va même conseiller de ne pas se rendre dans certaines boutiques du centre ville d'Orléans car des contrats d'engagement pour des pseudo-carrières dans des pays exotiques seraient fournis à des jeunes femmes.

Le trafic de femmes est donc toujours d'actualité, on pense désormais que ce trafic a été attribué à tort aux commerçants parce que c'était un de leur parent ou ami qui y était mêlé. Le trafic a donc été inventé pour couvrir une opération d'une autre nature.

A l'ancienne rumeur se substitue une multiplicité d'autres rumeurs : allemand, antisémite, concurrent des commerçants juifs sont suspectés d'avoir voulu discréditer ces derniers. On entend même que ce sont les commerçants juifs qui ont voulu faire croire qu'ils étaient calomniés pour discréditer leurs rivaux.

La rumeur se replie sur un soupçon insistant sur « on nous cache quelque chose » et « il n'y a pas de fumée sans feu »

Une tendance à discréditer la campagne antimythe, c'est l'anti-antimythe :

## **Ce sont les communistes qui ont monté l'affaire pour provoquer de l'agitation,**

Ce sont les journalistes en quête de sensationnel qui ont inventé le scandale,

Ce sont les commerçants juifs qui ont voulu se faire de la publicité.

La rumeur dénonce donc l'antimythe comme si c'était un mythe. Ceux qui ont combattu la rumeur deviennent alors de nouveaux coupables, le dernier anti-antimythe conserve d'ailleurs le virus antisémite tout en rejetant le mythe et l'antimythe.

On peut donc dire que le mythe a laissé des germes, des résidus, des traces. Disloqué, il s'est dispersé vers des thèmes plus larges de la conscience populaire et les a ranimés : lutte entre les gros au détriment des braves gens, la concurrence déloyale entre commerçants, la « presse-qui-ne-di-pas-la-vérité », les conflits ou les manœuvres politiques.

La mémoire collective est alors secouée (souvenirs de l'occupation, de la résistance, des luttes pro et anticomunistes), dans la grande confusion, elle s'efforce de digérer, d'assimiler et de rejeter le mythe et l'antimythe. Le refoulement, l'amnésie de la rumeur vont être les conséquences de ces dérivations vers « les bas fonds occultes de l'être », de l'inconscient de la ville.

Au cours de ce cycle de la rumeur, on a pu voir que le « **on-dit** » s'est transformé en **certitude** puis en **accusation** pour redevenir **soupçon, inquiétude** noyé dans l'oubli.

La rumeur est aussi passée du **fantasme** (des jeunes filles) au **mythe** puis au **délire**, pour ensuite redevenir **fantasme** ; le mythe laissant en héritage des **mini-mythes**. La rumeur a traversé toutes les strates de la ville, toutes les couches de la société. Le mythe « *comme une être vivant, a phagocyté, proliféré, combattu puis il s'est disloqué en tronçons, vivants eux aussi, et il s'est assoupi.*

## **Quels sont les personnes qui ont disloqué la rumeur ?**

- Les victimes
- La communauté israélite
- Les militants antiracistes
- Les ou des militants politique de gauche
- Une partie de l'intelligentsia (pas les institutrices), ambiguë car carence du côté des enseignants, certaines ont même cédé, voire contribué à la rumeur par des mises en garde. L'aspect délirant du mythe ne les a pas alerté. Pourquoi ? Car les enseignantes se trouvent dans la catégories des conducteurs (surtout des femmes car écoles privées nombreuses), car réaction allergique à la culture yéyé et occasion par le mythe de porter un coup au yéyé et à la minijupe en dénonçant les magasins, et de retrouver une certaine autorité perdue, car tout ceci s'inscrit dans une crise du corps enseignant de l'époque dans l'assaut de la culture de masse.

## **"Les anti-mythes" de la rumeur d'Orléans :**

Toute rumeur va se voir disloquée par des antimythes. Quels sont ceux de la rumeur d'Orléans ? Quelles sont leurs fonctions ? Quelles sont leurs efficacités et faiblesses ?

### **L'antimythe spontané**

Elle est représentée par l'incrédulité, surtout chez les hommes, mais la rumeur le contourne, c'est une résistance individuelle au mythe ne faisant naître aucune force collective antimythe.

### **L'antimythe de dissuasion :**

Ce sont la conjonction de plaintes en justice, d'intervention de personnalités, d'associations, d'autorités, de la presse qui vont viser à mettre en mouvement l'autorité de la Polis. La proposition d'une explication cohérente va rendre compte du mythe en donnant une forme, un visage, un auteur et surtout du sens à la rumeur insaisissable. Cette rumeur prend le visage de l'antisémitisme.

### **Le complot antisémite.**

La tendance à vouloir localiser la cause et l'origine du phénomène va donner lieu à cette explication d'un complot qui permet donc de résoudre le problème de la causalité et de la responsabilité de la rumeur. Le complot est la structure antimythe fondamentale.

### **Faiblesse et force de l'antimythe :**

Sa force de dissuasion est liée à son faible pouvoir d'élucidation. Le complot plonge dans l'oubli l'autre face du mythe qui est la traite des Blanches. L'antimythe porte des germes d'explication quant il note le caractère médiéval de la rumeur. Mais il refuse son caractère inconscient, son mode de propagation spontané comme risque d'affaiblir sa thèse du complot, de la cabale.

Le complot ne sert qu'à dénoncer l'ennemi et à le localiser, il devient le moyen de communiquer avec les structures mentales qui ont nourri le mythe, en plaçant le complot sur d'autres coupables. L'antimythe devient par certains traits un mythe.

### **Les effets de l'antimythe :**

Le mythe est disloqué, la rumeur est anéantie par l'antimythe mais naissance de sous-rumeurs et de « mini-mythes » qui montrent les limites de l'efficacité de l'antimythe.

- **les résidus** : car l'antimythe s'est axé que sur l'antisémitisme mais n'a pas frappé le cœur de la rumeur. Du coup, l'idée que la traite des blanches existe persiste. Plus profondément, l'antimythe n'a pas atteint l'idée qu'il y a quelque chose de « louche » dans la ville, il l'a presque confirmé.
- **Les boomerangs secondaires** : les accusations de l'antimythe peuvent venir le frapper par un choc en retour. Par exemple, la publicité que l'affaire a faite à la presse, aux juifs. La mobilisation de l'antimythe peut aussi laisser supposer qu'il y a eu quelque chose de très sérieux que l'on tente de cacher. L'antimythe peut donc susciter un ennemi nouveau. C'est la création d'un anti-antimythe.
- L'anti-antimythe considère l'antimythe comme une machination politique, avec l'idée que les juifs profitent de la situation pour jouer aux martyrs. Ils peuvent aussi devenir les organisateurs de la rumeur et de la contre-rumeur

Il y a donc un **micmac de rumeurs, larvaires, incohérentes, ...** ceci reflète **le besoin puissant de trouver une cause intelligible, de trouver l'origine et l'impossibilité de se passer d'un coupable.**



# Conclusion

Selon nous, les questions posées dans notre introduction ont trouvé leurs réponses. De la naissance à la mort de la rumeur nous avons tenté de saisir ses mécanismes et de détailler ses enjeux. Seule la question de la définition reste encore floue car il est difficile de synthétiser l'avis des auteurs qui se sont penchés sur ce thème.

La rumeur n'est un phénomène ni mystérieux, ni magique. Souvent on pense que la rumeur est mauvaise car elle n'est pas une information contrôlée, pourtant elle représente bien une communication libre.

La rumeur n'est pas toujours fausse, elle est nécessairement non-officielle. C'est une sorte de contre-pouvoir. Son rôle est donc important, il se place dans celui de la contestation de la réalité officielle en proposant d'autres réalités. Elle est donc un média complémentaire des mass-médias : c'est une sorte d'information parallèle, non-contrôlée et c'est là toute son importance. C'est en se propageant que le message prend de l'ampleur et peut avoir de l'influence sur notre comportement et sur nos pensées.

La rumeur a une influence inconsciente sur nos pensées et nos comportements. Lorsqu'on a connaissance d'une rumeur celle-ci agit de manière insidieuse sur nos actes : par exemple si une rumeur court sur un restaurant chinois, on va étrangement avoir envie de manger une pizza !

L'étude de la rumeur renvoie aussi à une question importante : « *Pourquoi croyons nous ce que nous croyons ?* ». Ainsi, des informations fondées comme des informations infondées traversent notre société et déclenchent dans les deux cas les mêmes effets mobilisateurs.

D'une certaine façon, l'étude des rumeurs démontre aussi que nous ne croyons pas les choses parce qu'elles sont vraies, fondées ou prouvées. Mais les choses deviennent vraies parce que nous y croyons et qu'elles signifient quelque chose de plus profond : un message chargé d'affects, d'imaginaires et de projections. Le savoir social repose alors sur la croyance et non sur la preuve.

Comme tout un chacun, il nous est déjà arrivé de croire une rumeur. Après avoir travaillé sur le sujet, on pourrait croire que nous sommes capables de toutes les détecter. Or, il est aussi difficile pour nous de faire la part des choses. En effet, la rumeur s'infiltré dans tous les milieux. Elle peut donner l'impression d'être négative, car la plupart du temps elle transmet des informations nocives et peut être préjudiciable pour celui, où ceux qui en sont les protagonistes.

Nous avons adhéré à cette opinion générale, mais en étudiant plus précisément le sujet, nous avons découvert que la rumeur avait une fonction cathartique. Elle peut permettre de libérer les angoisses et les difficultés sous jacentes et non-dites d'une société ou d'un groupe social à un moment donné.

Ce sujet qui peut paraître simple et restreint est en réalité très vaste. L'étude des rumeurs n'est pas si superflue qu'on pourrait le croire. C'est en réalité un mécanisme complexe qui nécessite une analyse approfondie.

Plusieurs choses nous ont marquées dans cette étude :

- Il nous semble qu'il faut parfois prendre du recul par rapport à l'interprétation que peuvent donner les auteurs sur certaines rumeurs.
- Les rumeurs peuvent prendre une ampleur démesurée. L'influence qu'elles peuvent avoir sur leur cible peut être néfaste. Par exemple, cela peut provoquer le rejet d'une personne, le racisme envers un groupe social ou la faillite d'une société.
- Nous avons centré notre étude sur la vie et la mort des rumeurs mais nous n'avons pas développé les conséquences qu'elles peuvent avoir sur la vie d'une personne. Il nous semble important en tant que psychologue d'être conscient des effets pervers que peut prendre le développement d'une rumeur sur une personne. Parfois la rumeur vise une structure mais va avoir un impact sur les personnes formant ce groupe : par exemple, une rumeur de faillite court sur une entreprise, les employés peuvent devenir angoissés à l'idée d'être licenciés. Ainsi des personnes peuvent se sentir victimes et se trouver dans des situations très délicates (dépression, angoisses, phobies...).

# Bibliographie

Campion-Vincent, Véronique & Jean-Bruno Renard, 1992. *Légendes urbaines. Rumeurs d'aujourd'hui* Paris: Payot, 349 pages.

Campion-Vincent, Véronique & Jean-Bruno Renard, 2002. *De source sûre. Nouvelles rumeurs d'aujourd'hui*. Paris: Payot, 383 pages.

Froissart, Pascal, 2002. *La rumeur. Histoire et fantasmes*. Paris: Belin, coll. « Débats », 280 pages.

Kapferer, Jean-Noël, (1987) 1995. *Rumeurs. Le plus vieux média du monde*. Paris: Seuil, coll. "Points", 356 pages.

Morin, Edgar (dir.), (1969) 1982. *La rumeur d'Orléans*. Paris: Seuil, coll. "Points Essais", 252 pages.

Renard, Jean-Bruno, 1999. *Rumeur et légendes urbaines*. Presses universitaires de France, coll. "Que sais-je?", 124 pages.

Morgan, Hal, 1988, *Vraies ou fausses ? Les rumeurs*, First.

Houdremont Charles, 1999, *Rumeur et psychologie des foules*, mémoire de maîtrise, université de Louvain-La Neuve.

## Bibliographie complémentaire :

Campion-Vincent, Véronique, 1992. Des fauves dans nos campagnes. Légendes, rumeurs et apparitions. Paris : Imago, 156 pages.

Campion-Vincent, Véronique, 1999. La légende des vols d'organes. Paris: Les Belles lettres (Hors collection), 303 pages.

Claus, Hugo (Alain Van Crugten, trad.), 1997. La Rumeur. Éditions de Fallois, 237 pages.

Darmon, Pierre, 1991. La rumeur de Rodez : histoire d'un procès truqué. Paris : Albin Michel, 242 pages.

Delumeau, Jean & Jurieu, Pierre, 1994. L'accomplissement des prophéties. Paris: Imprimerie nationale, coll. « Acteurs de l'histoire », 322 pages.

Delumeau, Jean & Jurieu, Pierre, (1978) 1996. La peur en Occident, XIVE-XVIIIe siècles. Paris : Hachette, coll. «Pluriel», 485 pages.

Desplat-Duc, Anne-Marie, 2003. Stephi, la star. La rumeur. Paris: J'ai lu, 90 pages.

Farge, Arlette, 1992. Dire et mal dire. L'opinion publique au XVIIIe siècle. Paris: Hachette, coll. « La librairie du XXe siècle», 311 pages .

Fine, Anne, 2000. Une sale rumeur. Paris: Seuil, coll. «Points», 267 pages (roman)

Goujard, Philippe, 1983. La rumeur de Thiouville. Rouen : Publications de l'Université de Rouen & Association d'études, 84 pages.

Gryspeerd, Axel & Klein, Annabelle (dir.), 1995. La galaxie des rumeurs. Bruxelles: Éditions de la vie ouvrière, coll. "Communication", 176 pages.

Jones-Davies, Marie-Thérèse (dir.), 1997. Rumeurs et nouvelles au temps de la Renaissance. Paris : Klincksieck, 206 pages.

Judenne, Roger, 1999. Bruits de couloir. Paris: Rageot, coll. «Cascade», 267 pages

Kaplan, Steven L., 1995. Le complot de famine. Histoire d'une rumeur au XVIIIe siècle. Paris: Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales (Éditions de l'ÉHÉSS), 78 pages.

Kovacs, Fadia Nassif Tar, 1998. Les rumeurs dans la guerre du Liban : les mots de la violence. Paris: CNRS Éditions. 372 pages

Lagrange, Pierre, 1996. La rumeur de Roswell. Paris: La Découverte, coll. "Enquêtes", 277 pages.

Lepront, Catherine, 1994. Une rumeur. Paris: Gallimard, coll. "Folio", 235 pages. (roman)

Meurger, Michel, 1997. Le monstre du Loch Ness. Paris: Encrage, coll. «Interface n°2», 256 pages

Meurger, Michel, 1995. Alien abduction : L'enlèvement extraterrestre de la fiction à la croyance. Paris: Encrage, coll. «Scientifictions», 253 pages

Nlandu-Tsasa, Cornelis, 1998. La rumeur au Zaïre de Mobutu : radio-trottoir à Kinshasa.. Paris: L'harmattan, 175 pages.

Nougé, Paul, 1990. Des mots à la rumeur, une oblique pensée. L'âge d'homme.

Ploux, François, 2002. La rumeur. Paris: Aubier Montaigne.

Reumaux, Françoise, 1996. La veuve noire. Message et transmission de la rumeur. Paris : Méridiens Klincksieck, coll. "Sociétés", 188 p., bibl., index, ill.

Reumaux, Françoise, (1996) 1998. La rumeur. Message et transmission. Paris : A. Colin, coll. "Références. Sociologie", réédition, 188 pages.

Reumaux, Françoise (dir.), 1999. Les oies du Capitole ou les raisons de la rumeur. Paris: Presses du CNRS, coll. "CNRS Communication", 225 pages.

Rouquette, Michel-Louis, 1992. La Rumeur et le Meurtre : l'affaire Fualdès. Presses universitaires de France, coll. "Sociologie d'aujourd'hui", 112 pages.

Sauvy, Alfred & Hirsch, Anita, 1985. De la rumeur à l'histoire. Paris: Dunod, coll. "L'œil économique", 303 pages.

### Sites internet :

[www.hoaxbuster.com](http://www.hoaxbuster.com)  
[www.arobase.org/canulars/index.htm](http://www.arobase.org/canulars/index.htm)  
<http://pascalfroissart.online.fr/>  
[www.lci.fr](http://www.lci.fr)

### Vidéos :

**Friends** : saison 8, *celui qui faisait courir la rumeur*.

### Journal de TF1 :

- Rumeurs d'enlèvement dans le Val d'Oise, le 12 février 2004.
- Rumeurs sur la vie sexuelle du Prince Charles, le 11 novembre 2003.

## ANNEXES

### **LE MONDE INTERACTIF le 20.03.02**

---

Le Réseau Voltaire, connu pour ses attaques contre le Front national et présidé par Thierry Meyssan, utilise une série de photos pour affirmer qu'aucun avion ne s'est écrasé sur le Pentagone. Par le biais de forums et de courriers électroniques, cette théorie du complot a gagné une audience mondiale.

"Y a-t-il un avion dans le Pentagone ?" Depuis quelques semaines, la question parcourt la Toile. La thèse défendue par Thierry Meyssan, président du Réseau Voltaire, selon laquelle aucun avion ne s'est écrasé sur le Pentagone le 11 septembre 2001, rencontre sur le Net une audience exceptionnelle. L'affaire déborde même de ce cadre : M. Meyssan a été reçu par Thierry Ardisson, samedi 16 mars, dans son émission "Tout le monde en parle" sur France 2. Le lendemain, Al-Watan, le journal à plus fort tirage d'Arabie saoudite, a publié un entretien de M. Meyssan, sans prendre aucune distance vis-à-vis de sa thèse. Ce succès médiatique vient soutenir le lancement de son livre (L'Effroyable Imposture, Ed. Carnot, 18 euros, 235 pages), lundi 11 mars.

Dans de très nombreux forums sur Internet, la polémique enflé, avec son lot d'invectives. La thèse, pourtant, n'est pas récente. Le Réseau Voltaire en publie les prémices sur son site (reseauvoltaire.net) à peine un mois après le 11 septembre. "Juste après les attentats, les gens avaient un peu honte de douter de la thèse officielle", affirme M. Meyssan. Le site de l'association, selon lui, enregistre alors 45 000 visites par mois.

Mais, le 10 février, le site L'Asile utopique (asile.org), géré par le fils de Thierry Meyssan, Raphaël, publie une version allégée de cette thèse. La présentation, courte et scandée, exhibe des photos de l'attentat contre le Pentagone, toutes reprises de sites officiels américains. Une minute suffit à parcourir ce montage, agrémenté de légendes au ton badin et énigmatique, qui stigmatisent l'absence de débris sur les lieux de l'attentat mais ne démontrent pas la théorie du complot. Dans cette sélection sur asile.org, la photo d'Associated Press (AP), montrant un morceau de fuselage gisant à une centaine de mètres du Pentagone, n'y figure toutefois pas. " On nous raconte que l'avion s'est complètement désintégré (...), mais on retrouve à plusieurs dizaines de mètres de l'explosion un morceau de carlingue tordu, mais pas calciné", rétorque Raphaël Meyssan.

Dès le 22 février, le site enregistre 15 000 visites par jour. La théorie se propage via des forums en listes de discussion, le courrier électronique et les magazines en ligne. Mardi 12 mars, alors que ni la thèse du Réseau Voltaire ni asile.org n'ont bénéficié de relais dans la presse, ce site culmine à 85 000 visites selon les mesures de son hébergeur, Gitoyen. Largement plus que beaucoup de sites de la presse écrite française. "Ces médias non officiels captent une audience très forte sur le Net, analyse Karim Stambouli, directeur-conseil à Publicis e-brand. La rumeur d'Abbeville, expliquant 'les causes' du débordement de la Somme, y avait déjà trouvé un certain écho. Mais ici, la Toile permet de légitimer une parole [celle de Réseau Voltaire], car tous les éléments présentés sont sourcés, et directement consultables en ligne." Pour M. Stambouli, les médias en ligne vont se révéler de plus en plus capables d'"influer sur la presse".

"Il ne faut pas exagérer le rôle joué par le Réseau, tempère Pascal Froissart, professeur en sciences de l'information et de la communication à l'université Paris-VIII et spécialiste de la rumeur. Internet ne dicte pas de nouvelles conduites dans l'opinion. Il est tout au plus un espace de contestation populaire, comme l'ont été les radios libres."

La déferlante n'est pas circonscrite à un pays. "Environ deux tiers de nos connexions viennent des Etats-Unis", assure Raphaël Meyssan. De nombreux sites américains reprennent – souvent pour la démonter – la thèse de M. Meyssan. Les télévisions aussi. La chaîne d'information CNN a diffusé, le 7 mars, les images – prises par une caméra de sécurité – d'une forte déflagration sur la façade du Pentagone.

Si Internet et les autres médias participent à la diffusion de cette thèse, ils peuvent aussi contribuer à son discrédit. Depuis début mars, plusieurs sites, aux Etats-Unis et en France, décortiquent et contredisent les arguments du Réseau Voltaire. Ainsi d'Hoaxbuster ([hoaxbuster.com](http://hoaxbuster.com)), site spécialisé dans la chasse aux rumeurs sur le Net. "Dans un contexte de défiance de l'opinion française, depuis la guerre du Golfe, vis-à-vis de la capacité du gouvernement américain à dire la vérité, la façon dont a été posée la question [de la présence de l'avion] ne pouvait générer qu'une rumeur", estime Guillaume Brossard, cofondateur de Hoaxbuster. D'autant que le Pentagone a livré peu d'informations sur les attentats de septembre et que, le 20 février, alors que la thèse du Réseau Voltaire commençait à agiter la Toile, le secrétaire américain à la défense, Donald Rumsfeld, reconnaissait l'existence d'un Office d'influence stratégique au sein du Pentagone.

**Les rumeurs enflent sur la Toile**  
**Les images, les textes et les chiffres viennent renforcer l'illusion de vérité.**  
**Par FLORENT LATRIVE**  
**Le vendredi 12 octobre 2001 (libération)**

Fausse infos: Premières heures de l'attentat: la Maison Blanche a été attaquée; Bush est blessé (alors qu'il était en Floride); un avion a été descendu par l'US Air Force; les télévisions annoncent qu'une voiture piégée a explosé près du département d'Etat. La scène de liesse populaire en Palestine, montrée par CNN, a été tournée avant l'attentat, et diffusée pour discréditer les Palestiniens. (CNN a dû démentir.)

On le savait: Au lendemain de l'attentat, une rumeur court le New Jersey, selon laquelle les enfants arabes d'une école de Jersey City avaient prévenu leurs camarades que le World Trade Center allait être attaqué; Nostradamus a prévu l'attentat; un enfant de Dallas a dit à son professeur le 10 septembre: «Demain, la troisième guerre mondiale commence, et les Etats-Unis la perdront.»

L'ennemi est partout: Après le 18 septembre, un e-mail fait croire à des centaines de personnes que les sources en eau potable de New York ont été empoisonnées. La municipalité doit démentir. Et aussi que Ben Laden contrôle la gomme arabique, qui entre dans la composition des sodas. Boire un soda, c'est enrichir le réseau Al-Qaeda. Une lettre contenant une éponge imbibée d'un produit mortel aurait été envoyée à des millions d'Américains.

Il y a l'image de Satan dans la fumée qui se dégage du World Trade Center après les impacts. Pourquoi ne pas y croire? La photo est jointe à l'e-mail et un visage inquiétant aux contours soulignés a posteriori s'en dégage assez nettement. Ou encore cette prophétie attribuée à Nostradamus évoquant «la cité de Dieu frappée par la foudre», «deux frères déchirés par le Chaos» et «la troisième grande guerre débutant quand la grande cité sera en flammes». Dans le premier cas, il s'agit d'une simple photo de l'agence Associated Press, où l'on peut trouver dans la fumée ce que l'on veut, Satan, Dieu ou un troupeau de moutons. Dans le second, d'une invention complète, bidon jusqu'à la date de la prémonition, 1654 (Nostradamus est décédé en 1566...), comme le rappelle Hoaxbuster.com, site français spécialisé dans la chasse aux canulars sur le Net.

Depuis le 11 septembre, les rumeurs tournent à plein régime, et pas seulement sur l'Internet. «C'est courant en temps de guerre, et plus généralement en temps émotionnellement fort», souligne Emmanuel Taieb, chercheur au Centre de recherches politiques de la Sorbonne et auteur d'un travail sur les rumeurs électroniques (1). La plupart sont très banales: tentatives d'explications irrationnelles aux attentats, théories du complot ou récits angoissants (lire ci-contre).

**Force de l'image.** Mais les rumeurs empruntant le réseau sont souvent plus spécifiques. Le passage par la voie électronique est avant tout «le fait d'un type précis de rumeurs qui ne peuvent pas passer ailleurs avec la même forme et le même récit», estime Emmanuel Taieb. L'exemple le plus saillant de ces fausses informations formatées pour l'e-mail est l'usage de l'image, par essence interdite de rumeur orale. Véritables photos où l'on attire l'attention de l'internaute sur un détail «troublant», comme Satan dans la fumée. Mais aussi bidouillages réussis, comme le cliché de ce touriste pris de face en haut du WTC, un avion lui arrivant dans le dos. La qualité de ce dernier montage, censé susciter l'hilarité (voir ci-contre), est telle que nombre d'internautes l'ont cru vrai. Un phénomène renforcé lorsque certains se mirent à faire circuler la même image avec les mots «Transmis par le FBI.» «Toute rumeur essaie toujours de renforcer son aspect véridique par une source citée, estime Emmanuel Taieb. C'est toute la force de la messagerie électronique de pouvoir amener des photos en justifications supplémentaires.»

L'autre forme courante des e-rumeurs, ce sont les textes longs, bardés de chiffres, de références à des déclarations plus ou moins vérifiées de médias ou d'officiels convoqués pour l'occasion. Autant de balises censées valider la rumeur, lui donner plus de véracité: une forme typique du récit-bidon, mais poussée

grâce à l'écrit à un niveau de précision impossible à tenir pour des récits oraux. Emmanuel Taieb cite ainsi la prédiction de Nostradamus, qui, «à l'oral, perdrait de sa force par imprécision alors que l'on peut écrire cinq ou dix lignes sans que cela apparaisse trop compliqué».

**Xeroxlore.** Car si les rumeurs électroniques jouent sur les mêmes ressorts que leurs ancêtres orales, elles circulent dans un univers différent, celui de l'écrit. Avec pour corollaire la reproductibilité, le clonage. «Dans les rumeurs orales, il y a autant de versions que de narrateurs, dit Emmanuel Taieb. Le principe de l'Internet et de l'ordinateur, c'est la reproduction à l'identique, qui fait basculer la rumeur dans un système de fixation par l'écrit.» Terminé l'effet «téléphone arabe» et l'impossibilité de relayer des rumeurs trop précises. Si le phénomène était déjà embryonnaire avec les photocopieuses et connu par les spécialistes sous le nom de «xeroxlore» (agrégat du nom du fabricant de photocopieurs Xerox et de «folklore»), aucun doute qu'il a pris avec Internet une vigueur inconnue jusque-là.

(1) «Sociologie des rumeurs électroniques», revue Réseaux, Hermès Sciences, juillet 2001.



La rumeur ouvre ses ailes  
Elle s'envole à travers nous  
C'est une fausse nouvelle  
Mais si belle, après tout

Elle se propage à voix basse  
À la messe et à midi  
Entre l'église et les glaces  
Entre confesse et confit

La rumeur a des antennes  
Elle se nourrit de cancans  
Elle est bavarde et hautaine  
Et grandit avec le temps

C'est un arbre sans racines  
À la sève de venin  
Avec des feuilles d'épines  
Et des pommes à pépins

Ça occupe, ça converse  
Ça nourrit la controverse  
Ça pimente les passions  
Le sel des conversations...

La rumeur est un microbe  
Qui se transmet par la voix  
Se déguise sous la robe  
De la vertu d'autrefois

La parole était d'argent  
Mais la rumeur est de plomb  
Elle s'écoule, elle s'étend  
Elle s'étale, elle se répand

C'est du miel, c'est du fiel  
On la croit tombée du ciel  
Jamais nul ne saura  
Qui la lance et qui la croit...

C'est bien plus fort qu'un mensonge  
Ça grossit comme une éponge  
Plus c'est faux, plus c'est vrai  
Plus c'est gros et plus ça plaît

Calomnie, plus on nie  
Plus elle enfle se réjouit

Démentir, protester,  
C'est encore la propager  
Elle peut tuer sans raison  
Sans coupable et sans prison  
Sans procès ni procession  
Sans fusil ni munitions...

C'est une arme redoutable  
Implacable, impalpable  
Adversaire invulnérable  
C'est du vent, c'est du sable

Elle rôde autour de la table  
Nous amuse ou nous accable  
C'est selon qu'il s'agit  
De quiconque ou d'un ami

Un jour elle a disparu  
Tout d'un coup, dans les rues  
Comme elle était apparue  
À tous ceux qui l'avaient crue...

La rumeur qui s'est tue  
Ne reviendra jamais plus  
Dans un cœur, la rancœur  
Ne s'en ira pas non plus.