

LA RUMEUR À L'ÈRE DES RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES

Danton José Boatini Júnior et Juliana Tonin

De Boeck Supérieur | « Sociétés »

2017/2 n° 136 | pages 21 à 34

ISSN 0765-3697

ISBN 9782807391628

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-societes-2017-2-page-21.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour De Boeck Supérieur.

© De Boeck Supérieur. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

LA RUMEUR À L'ÈRE DES RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES

Danton José Boatini JÚNIOR*, Juliana TONIN**

Résumé : L'objectif de cet article est de comprendre la manifestation des rumeurs avec l'apparition des réseaux sociaux numériques, depuis la seconde moitié des années 2000. La rumeur est à considérer comme un phénomène ancien, qui dépasse les contextes historiques et les moyens d'expression disponibles. Cependant, leur permanence dans un milieu où, censément, l'accès aux informations et la conséquente possibilité de vérification de ces dernières, est considérée comme l'une des grandes valeurs d'Internet, semble paradoxal. En ce sens, nous proposons de comprendre la notion de rumeur et ses principaux modes de diffusion contemporains en étudiant le cas Guarujá, analysé à la lumière des perspectives développées par la sociologie de l'imaginaire.

Mots clés : imaginaire, rumeurs, réseaux sociaux

Abstract: The present paper aims to understand the manifestation of rumors in the social media era, from the second half of the 2000s onwards. Rumor is perceived as an ancient phenomenon, which goes beyond available contexts and means. However, its permanence in an environment in which access to information and the consequent possibility of investigation is supposed to be considered one of the great merits of the Internet, seems paradoxical. In this sense, we propose an understanding of the notion of rumor and its main forms of dissemination in the contemporaneity by the analysis of the Guarujá case, studied using the concepts of the Sociology of Imaginary.

Keywords: imaginary, rumor, social media

* Master en communication sociale au Programme d'études supérieures en communication sociale de la PUCRS : dboattini@gmail.com

** Professeur au Programme d'études supérieures en communication sociale de la PUCRS. Conseillère du travail : juliana.tonin@puers.br

Il est possible de penser qu'une quantité considérable des informations que l'on reçoit, soit par voie de communication orale ou par le biais des médias électroniques, fait fond sur le « entendre dire ». Ce sont des informations qui peuvent ou non être véridiques, mais qui ont besoin d'être prouvées. Pourtant, comme souvent l'émetteur est quelqu'un de proche, on laisse de côté la nécessité de vérification. Négligée pendant longtemps dans les milieux académiques, la rumeur, « le plus vieux média du monde »¹, est devenue objet d'étude, en particulier après l'apparition des médias électroniques, au XX^e siècle, puisque la vulgarisation de la radio, de la télévision et d'Internet ne l'a pas même fait tomber en désuétude. Depuis l'avènement des réseaux sociaux, au XXI^e siècle, le phénomène se présente sous d'autres formats, mais demeure présent dans l'imaginaire.

Les premières études à ce sujet apparaissent aux États-Unis, dans le contexte de la Seconde Guerre mondiale². À l'époque, les effets des rumeurs sur les troupes américaines ont provoqué l'intérêt des chercheurs, dont Allport et Postman sont les pionniers dans ce domaine³. Ces deux chercheurs ont travaillé, à l'époque, au sein de l'Office of War Information. En analysant divers cas, ils ont conclu que la majorité des rumeurs partaient d'un récit réel, étant dans très peu de cas issues d'« invention pure et simple »⁴. Allport et Postman ont constaté qu'en temps de guerre l'ambiance devient propice pour la prolifération de rumeurs, une fois que « le secret militaire auprès de la naturelle confusion d'une nation en armes et les mouvements imprévisibles de l'ennemi aident à créer une profonde ambiguïté »⁵.

Le concept de rumeur a été discuté par une série de chercheurs en communication. Allport et Postman affirment qu'il s'agit d'« une affirmation spécifique pour croire, passée de personne à personne, en général oralement, sans moyens probatoires pour la démontrer »⁶. Pour Kapferer, il s'agit du « plus vieux des moyens de communication de masse »⁷, autrement dit, « le marché noir (clandestin) de l'information »⁸. Selon Kapferer, les concepts existant à ce moment-là sur le phénomène montrent qu'il s'agit avant tout d'une information qui « apporte des éléments nouveaux sur une personne ou un événement liés à l'actualité »⁹.

Il ne s'agit pas de dire que toute rumeur est une invention – évidemment le contraire aussi ne serait pas correct. En réalité, au cours de l'Histoire, plusieurs rumeurs transmises sans preuves se sont révélées, à la fin, véritables. La rumeur est avant tout une information non vérifiée. C'est-à-dire un contenu transmis sans

1. J.-N. Kapferer, *Boatos: o mais antigo mídia do mundo*, Forense Universitária, Rio de Janeiro, 1993.

2. *Ibid.*

3. *Ibid.*, p. 5.

4. G. W. Allport, L. Postman, *Psicologia del rumor*, Psiqué, Buenos Aires, 1953, p. 122.

5. *Ibid.*, p. 7.

6. *Ibid.*, p. 11.

7. J.-N. Kapferer, *Boatos: o mais antigo mídia do mundo*, *op. cit.*, p. 4.

8. *Ibid.*, p. 11.

9. *Ibid.*, p. 5.

preuves que ce qui est raconté s'est produit réellement. Le fait d'y croire ou non dépendra de chaque récepteur, en fonction d'une série d'éléments, tels que la crédibilité de la source, le niveau de détail de l'histoire et la vraisemblance du récit. Il est certain que, faux ou vrai, ce « genre communicationnel »¹⁰ provoque souvent des conséquences qui extrapolent l'imagination de qui participe à sa transmission.

Jean-Bruno Renard définit la rumeur, ou la légende urbaine, comme « un énoncé ou un court récit, de création anonyme, qui présente de multiples variables, de contenu étonnant, raconté comme s'il était vérité et récent dans un milieu social qui exprime symboliquement des peurs et des aspirations »¹¹. Nicholas DiFonzo et Prashant Bordia définissent le phénomène comme des « informations non vérifiées et instrumentalement pertinentes en circulation, surgissant dans un contexte d'ambiguïté, de danger ou de menace potentielle, qui aident les personnes à gérer des risques »¹². Pour Luiz Carlos Iasbeck, les rumeurs « sont des vagues d'informations difformes qui circulent à la faveur de contributions collectives, selon une éthique et une esthétique très fragmentées, capables de contenir une gamme variée de producteurs/consommateurs »¹³.

Pour Iasbeck, les rumeurs sont en majorité des récits oraux, qui ne sont pas écrits sous peine de perdre leur « périssabilité », leur principale caractéristique. Pourtant, cela n'empêche pas qu'elles « soient imprégnées de marques du texte écrit, condition que leur assure une certaine crédibilité parmi les incertitudes de tout ordre »¹⁴. Selon l'auteur encore, le récit est aussi associé au langage cinématographique et télévisuel, raconté en séquences éditées, ce qui peut même « modifier le cours des "scènes" suivantes »¹⁵.

Une caractéristique marquante des rumeurs est le fait qu'elles sont, en majorité, négatives. C'est exactement l'un des facteurs qui fait que le récit est diffusé, appuyé par une situation de risque imminent ou de menace. Kapferer observe que la majorité des récits indiquent « un dommage, une catastrophe, un danger, une trahison »¹⁶, de façon que la coloration qui domine les rumeurs est « noire »¹⁷. L'obscurité des rumeurs est justement présentée comme une nécessité pour que se produise la nouvelle. La rumeur étant une construction collective, l'unanimité se fait plus facilement « contre » qu'en faveur de quelque chose. La morale portée

10. J.-B. Renard, « Um gênero comunicacional: os boatos e as lendas urbanas », *Revista Famecos*, Porto Alegre, n° 32, avril 2007.

11. *Ibid.*, p. 98.

12. N. DiFonzo, P. Bordia, *Rumor psychology: social and organization approaches*, American Psychological Association, Washington, 2007, p. 13.

13. L. C. Iasbeck, *Os boatos – além e aquém da notícia*, Juiz de Fora, Lumina, vol. 3, n° 2, pp. 11-26, jul/dez, 2000, p. 11.

14. *Ibid.*, p. 12.

15. *Ibid.*

16. J.-N. Kapferer, *Boatos: o mais antigo mídia do mundo*, op. cit., p. 118.

17. *Ibid.*

par les rumeurs et les légendes urbaines est souvent conservatrice et xénophobe¹⁸, bien qu'il existe aussi des récits qui critiquent le racisme et l'ordre moral.

Les études à ce sujet montrent le rapport étroit entre la manifestation de rumeurs et l'intention de rendre attentif aux risques, qu'ils soient climatiques, d'assurance, économiques, etc. Dans une entreprise professionnelle, la rumeur indiquant que l'un des fournisseurs fait face à des problèmes financiers peut amener la direction à adopter quelques mesures préventives par exemple. Les commentaires sur une possible faillite peuvent mener le travailleur à chercher un emploi dans un autre lieu. Le marché boursier travaille d'habitude avec les risques transmis par rumeurs.

De façon plus dramatique donc, il est possible de penser la rumeur comme une réponse à des menaces, y compris physiques. DiFonzo et Bordia classifient les situations menaçantes comme celles où les gens observent leur bien-être en danger. Elles peuvent aussi inclure des informations sur la santé de quelqu'un ou sur les catastrophes naturelles comme les séismes, les inondations ou les accidents nucléaires. Par exemple, les rumeurs qui ont surgi après le tremblement de terre en Inde en 1934 ou après l'accident nucléaire de Tchernobyl, en 1986. En fait, les auteurs montrent que « l'essence de la rumeur est liée à faire sens et gérer la menace parmi l'incertitude »¹⁹. Pour cela, il n'est pas étrange que les études au sujet de la manifestation de rumeurs aient gagné en force pendant la Seconde Guerre mondiale.

La croyance populaire selon laquelle il y a, derrière toute rumeur, un fond de vérité se confirme en plusieurs cas, puisque l'information non vérifiée peut être effectivement vraie ou fausse. Kapferer estime que, si toutes les rumeurs étaient fausses, personne ne s'inquiéterait d'elles. Par contre, les individus y croient, selon l'auteur, parce qu'elles ont un fond de vérité, ce qui peut être prouvé par exemple par la fuite de secrets politiques²⁰. Un récit faux sur une séquestration, par exemple, peut trouver un écho dans la réalité quand il favorise une sensation d'insécurité déjà vécue par l'auditeur au moment où il reçoit l'information. Par ailleurs, selon Kapferer encore, de nombreux chercheurs sont tombés dans l'erreur en n'envisageant que les rumeurs sous leurs aspects non véridiques.

Cette absence de vérification se donne en contraste avec l'activité de journaliste, où « le minimum exigé est de vérifier l'authenticité de ce qui sera diffusé à des milliers de personnes »²¹. En fait, DiFonzo et Bordia affirment que la rumeur est, en plusieurs points, identique à une nouvelle journalistique, à l'exception qu'elle n'est pas vérifiée²². Ainsi, lorsque l'on croit à une information lue dans un journal

18. P. Legros, F Monneyron, J.-B. Renard, P. Tacussel, *Sociologia do Imaginário*, Sulina, Porto Alegre, 2014, p. 198.

19. N. DiFonzo, P. Bordia, *Rumor psychology: social and organization approaches*, op. cit., p. 15.

20. J.-N. Kapferer, *Boatos: o mais antigo mídia do mundo*, op. cit., p. 9.

21. *Ibid.*, p. 94.

22. N. DiFonzo, P. Bordia, *Rumor psychology: social and organization approaches*, op. cit., p. 63.

ou que l'on écoute la radio, on externalise en quelque sorte leur vérification, en comptant sur le fait que la nouvelle a été vérifiée avant la diffusion. Dans le cas de la rumeur, cela n'est pas toujours possible.

Bien que nous puissions nous demander comment agir vis-à-vis de la rumeur, il s'agit d'être conscient que, sauf dans le cas des régimes totalitaires, il n'y a aucun moyen de contrôler l'information qui est passée de citoyen à citoyen²³. Il faut souligner que, régulièrement, la rumeur joue le rôle de contestation de l'information officielle, en proposant d'autres réalités et en décentralisant la communication. À de nombreuses occasions dans lesquelles la rumeur s'est révélée être une information véridique, elle a été niée par les sources dites « officielles ». Les fausses rumeurs, par ce biais, seraient le prix à payer « par les rumeurs fondées »²⁴.

« En fait, il n'y a qu'un moyen d'éviter les rumeurs : empêcher les personnes de parler. La préoccupation de ne laisser circuler que des informations fiables s'attache directement au contrôle de l'information et à celui de la parole : les médias deviendraient la seule source d'information autorisée. Ainsi, il n'existerait que des informations officielles²⁵. »

Bien que les études conduites par l'auteur aient démontré que le fait de démentir les rumeurs peut avoir l'effet contraire pour un organisme (c'est-à-dire que plus de personnes auront accès à l'information originale depuis le démenti), informer de façon claire doit être encore envisagé comme la meilleure alternative pour combattre la désinformation.

Pour DiFonzo et Bordia, il faut être prudent avec ce que l'on écoute, puisque des « évidences qui d'abord paraissent solides peuvent facilement s'écrouler »²⁶. Bien que la rumeur ait souvent une « base », celle-ci est d'habitude simplement faible ou absente, de sorte qu'elle n'en devient pas une évidence certaine. Les auteurs rappellent que l'évidence certaine ou stable à son tour est souvent démontrée de façon empirique ou fondée sur la base d'une source fiable.

Toute rumeur est condamnée à s'éteindre, puisqu'elle-même crée les mécanismes de sa disparition. Cependant, comme l'indique Kapferer²⁷, certaines rumeurs semblent résister au temps en réapparaissant plus tard et en étant absorbées par un nouveau public. En ce sens, un des cas emblématiques est la rumeur d'Orléans, étudiée par Edgar Morin dans un ouvrage de référence à ce sujet (*La rumeur d'Orléans*). En mai 1969 se répand dans la ville française la rumeur

23. Des tentatives pourtant sont en cours. Récemment, la Chine a interdit à ses citoyens de diffuser des rumeurs sur les réseaux sociaux. Source : <http://oglobo.globo.com/mundo/china-impoe-muralha-virtual-boatos-na-internet-19681435s>.

24. N. DiFonzo, P. Bordia, *Rumor psychology: social and organization approaches*, op. cit., p. 242.

25. J.-N. Kapferer, *Boatos: o mais antigo mídia do mundo*, op. cit., p. 241.

26. N. DiFonzo, P. Bordia, *Rumor psychology: social and organization approaches*, op. cit., p. 17.

27. J.-N. Kapferer, *Boatos: o mais antigo mídia do mundo*, op. cit.

qu'un magasin de vêtements pour femmes pratiquerait ce que l'on a appelé la « traite de Blanches ». La rumeur a atteint très rapidement six établissements semblables. Elle était la suivante : « Des jeunes filles sont droguées grâce à des piqûres dans les cabines d'essayage et sont déposées dans le sous-sol, d'où elles seront envoyées le soir même vers des points exotiques de prostitution. Les magasins accusés sont tenus par des commerçants juifs²⁸. »

Le fait qu'aucune femme n'avait été séquestrée dans la paisible Orléans n'a pas empêché que la rumeur provoquât un impact en transformant les commerçants en objets de discrimination. La rumeur s'est répandue malgré un récit invraisemblable, mais localisé dans le temps, au sein d'une société qui disposait de moins d'informations qu'aujourd'hui pour confirmer la nouvelle.

La répercussion autour de la rumeur d'Orléans a été telle que la presse parisienne, des associations et des organismes publics ont eu à se mobiliser afin de la réduire au silence ou, tout du moins, afin de minimiser ses effets. Pour ce cas-là, la rumeur n'a pas trouvé d'obstacles géographiques. Avant l'histoire arrivée à Orléans, une boutique de vêtements a été accusée de servir d'« appât » pour la traite de femmes blanches. Le cas s'est produit à la fin de l'année 1966 à Rouen. Après de nombreuses menaces téléphoniques d'habitants, sans moyens de démentir la rumeur, le gérant de la boutique préféra quitter la ville.

Un cas identique a été enregistré deux décennies plus tard, en 1985, dans la ville de La Roche-sur-Yon. À cette occasion la rumeur a eu comme cible la boutique Malva, éloignée du centre-ville. À l'époque, le maire de la ville a accusé l'opposition d'avoir forgé l'histoire afin de critiquer les actions de l'administration locale auprès de la sécurité publique et des services de l'immigration. Cependant, la même rumeur a circulé à Toulouse, Arras, Lille, Valenciennes, Strasbourg, Chalon-sur-Saône, Dinan, Laval et dans les rues de Paris où se trouvent des commerces de vêtements²⁹.

Kapferer affirme qu'il est normal que les magasins de vêtements soient choisis comme bouc émissaire, puisque ce sont des endroits très « érotisés ». En outre, de tels magasins sont vus comme des lieux qui stimulent le changement et la modification des mœurs, parce que le vêtement scande « la perte du contrôle des pères et de la ville sur la jeunesse, séduite par la possibilité d'appartenir à des mouvements venus de l'extérieur »³⁰.

L'éternelle réapparition de cette rumeur peut être expliquée par l'action de la mémoire, qui donne des réponses à une opinion publique avide d'explications. Des individus interrogés plusieurs années après le cas d'Orléans se sont référés à l'histoire comme à une source d'informations véridiques. Selon Kapferer, « l'éternel retour de la rumeur prouverait la mise à jour, à partir d'événements propices,

28. P. Legros, F. Monneyron, J.-B. Renard, P. Tacussel, *Sociologia do Imaginário*, op. cit., p. 194.

29. J.-N. Kapferer, *Boatos: o mais antigo mídia do mundo*, op. cit., p. 103.

30. *Ibid.*, p. 85.

d'un système explicatif profondément enraciné dans la conscience collective »³¹. En fait, l'auteur envisage que les craintes et les angoisses n'ont jamais abandonné le corps social, ce que l'on peut prouver en se référant à l'apparition de la même rumeur en différentes situations.

L'auteur cite encore d'autres cas de rumeurs qui paraissent de façon successive, en différents endroits. C'est le cas par exemple des histoires d'intoxication alimentaire (des fast-food qui serviraient de la viande de rats), celles où un chien ou un chat sont oubliés dans un micro-ondes, et la légende selon laquelle collectionner certains objets (comme des mégots de cigarettes) donnerait droit à des récompenses³². Parmi les versions récentes de cette dernière rumeur, on peut trouver aujourd'hui encore, y compris au Brésil, la même histoire avec des objets tels que les capsules d'ouverture de canettes métalliques de boissons.

Il nous reste encore à souligner le caractère anonyme de la rumeur. Il est évident qu'une de ses caractéristiques primordiales est le fait qu'elle surgit de façon collective, ce qui est étroitement lié à la manière dont ces informations seront interprétées par le récepteur. Enfin, une information qui ne se propage pas ne peut pas être considérée comme une rumeur. Kapferer affirme que la rumeur concerne particulièrement un groupe social : en cela, « adhérer à une rumeur revient à se solidariser avec la voix du groupe »³³. Donc, selon l'auteur, questionner une information dans le contexte de ces groupes équivaut à « questionner ses partenaires et rompre ainsi l'unité : le sceptique est un dissident ». Et d'ajouter : « La rumeur est avant tout un comportement³⁴. »

Dans cette perspective, Renard³⁵ observe que lorsqu'un ami nous raconte quelque nouvelle, notre première impulsion est de croire à l'information, non seulement parce que nous avons confiance en la source, mais aussi parce qu'il est « matériellement impossible, au quotidien, de vérifier toutes les informations que nous recevons ». Il s'agit, selon Renard, d'une « confiance sociale obligatoire », car sans elle nous serions condamnés à plonger dans une paranoïa et dans un soupçon systématique des nouvelles que nous recevons au quotidien. L'auteur explique que le terme « rumeur » a deux sens qu'il faut distinguer : la rumeur comme information non vérifiée et la rumeur comme information fausse. Dans le premier cas, elle n'est pas forcément fausse.

Phénomène « aussi ancien que la parole humaine », selon Renard³⁶, la rumeur se maintient vivante dans la postmodernité, et s'adapte aux nouvelles technologies. Nous ne voulons pas ici affirmer que les réseaux sociaux accroissent la dissémination des rumeurs. Mais il est indéniable que l'Internet apporte une nouvelle

31. *Ibid.*, p. 106.

32. *Ibid.*, p. 109.

33. *Ibid.*, p. 96.

34. *Ibid.*, p. 44.

35. J.-B. Renard, *Um gênero comunicacional: os boatos e as lendas urbanas*, op. cit., p. 97.

36. *Ibid.*

perspective pour la recherche à ce sujet, puisque maintenant les informations partagées peuvent être facilement trouvées par l'utilisateur, comme s'il analysait le contenu d'un journal. Quel que soit le médium utilisé (texte, vidéo ou image), l'accès à son contenu est disponible à tous les usagers, au contraire de ce qui se passait quand le récit oral était la seule possibilité d'accès à la rumeur.

L'un des premiers défis qui se posent à la recherche à ce sujet est le recueil du témoignage, puisqu'il s'agit d'un sujet diffus, qui réveille des interprétations variées parmi les différents récepteurs. Kapferer indique qu'une des difficultés est liée au fait que, au contraire de la presse, de la radio et de la télévision, les messages oraux ne sont pas conservés ; il reste au chercheur le rôle de faire des interviews « pour essayer de saisir le "souvenir" de cette rumeur »³⁷. Mais ce problème change d'aspect avec la manifestation de rumeurs dans les réseaux sociaux numériques. Avec l'Internet, en particulier avec les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter et WhatsApp, la rumeur serait véhiculée dans des formats qui peuvent être stockés et étudiés. La rumeur apparaît souvent dans ces plateformes accompagnée de détails qui aident à donner de la vraisemblance au récit, tels que les photographies (peut-être des montages) ou des vidéos. Sur cet aspect, les réseaux sociaux offrent un champ qui facilite la recherche au sujet de la rumeur. Toutefois, il faut souligner que, comme l'ensemble du contenu d'Internet, la rumeur a la possibilité d'être effacée avec un simple clic – ce qui n'arrive pas dans le cas des journaux papier par exemple.

Si, d'une part, Internet a procuré une facilité d'accès aux moyens de communication, puisqu'aujourd'hui tout individu peut offrir du contenu sur le réseau, d'autre part, la quantité d'information non véridique s'est accrue à partir du moment où il n'existe pas ou peu de restrictions en rapport à ce qui y est publié. Sans filtres ni outils de contrôle, l'Internet est devenu une source de fausses nouvelles, allant d'informations inoffensives aux rumeurs d'empreinte diffamatoire, qui peuvent atteindre des conséquences extrêmes.

La diffusion de nouvelles par des non-journalistes sur l'Internet s'est produite dès que le réseau mondial d'ordinateurs est devenu populaire. Il faut rappeler que, avant Facebook, la blogosphère a eu un rôle important dans la démocratisation de la communication. Les réseaux sociaux ont multiplié ces possibilités, une fois que l'accès à l'information et à la manifestation a été simplifié, puisque l'inscription sur les sites tels que Facebook et Twitter est gratuite – il suffit de voir que presque la moitié de la population brésilienne est usagère de Facebook.

De même, la diffusion de nouvelles sans véracité prouvée n'est pas née avec les réseaux sociaux. Nous pouvons faire référence ici à la célèbre photo dans laquelle un touriste apparaissait dans une des tours du World Trade Center, après les attentats terroristes du 11 septembre 2001, tandis que l'un des avions utilisés pour l'attaque s'approchait. Il s'agissait d'un montage, mais pendant longtemps il est apparu comme vrai à beaucoup d'internautes. Cependant, le phénomène a gagné

37. J.-N. Kapferer, *Boatos: o mais antigo mídia do mundo*, op. cit., p. 5.

en force avec l'ascension des plateformes comme Facebook ou Twitter, à partir de la fin des années 2000 – époque où les deux outils sont devenus populaires au Brésil. Récemment, certains sites spécialisés ont gagné en popularité en démentant et en déconstruisant les rumeurs créées sur le cyberspace. Le site E-farsas, créé en 2002, compte 200 000 visites par semaine et reçoit 150 demandes de recherche par jour.

Iasbeck considère que l'échange rapide de courrier procuré par l'Internet accélère fortement le temps de propagation de la rumeur.

« Cependant, s'il y a dans l'économie de temps un gain d'efficacité à la dissémination, il y a aussi une considérable perte de qualité quand on vérifie que l'absence de contact physique, de la proximité que la transmission orale procure, compromet la crédibilité et, en conséquence, frustre la continuité de la diffusion de la rumeur³⁸. »

À l'ère de Facebook et de Twitter, le processus d'enquête journalistique est de plus en plus remplacé par l'instantanéité des réseaux sociaux. Sur ce point, tant le citoyen que la presse présentent le même intérêt à véhiculer et à diffuser de l'information sur Internet, ce qui, compte tenu des éléments que nous soulevons, peut compromettre la qualité. La création de sites spécialisés visant à transmettre au lecteur les dernières rumeurs sur des sujets tels que le sport ou la technologie³⁹ démontre la magie que ce type d'information suscite même à l'ère de l'Internet.

En même temps que nous disposons de plusieurs canaux pour recevoir des informations fausses, nous comptons aussi, grâce à l'Internet, sur des mécanismes qui permettent de prouver leur véracité, quand bien même l'in vraisemblable trouve encore des moyens pour démontrer sa prétendue cohérence aux yeux du récepteur. Patrick Tacussel souligne qu'un point intéressant concernant la question de l'imaginaire postmoderne est que « la distinction entre le vrai et le faux n'est pas si forte que nous pourrions imaginer, en dépit des moyens de communication et de vérification que nous avons »⁴⁰. Pour l'auteur, les gens « ont besoin de croire aux choses exceptionnelles, invraisemblables », en même temps que les moyens technologiques, « au lieu de contrôler cette situation, l'amplifient »⁴¹.

Silverman souligne en outre que l'apparition de sites spécialisés dans la diffusion de fausses nouvelles est en train de « polluer » l'information présente sur les réseaux en engendrant des *hoax*⁴² qui attirent un nombre significatif de partages et de vues. Au Brésil, ce genre de sites a trouvé une grande répercussion sur les

38. L.C. Iasbeck, *Os boatos – além e aquém da notícia*, op. cit., p. 24.

39. C. Silverman, *Lies, Damn Lies, and Viral Content – How news websites spread (and debunk) online rumors, unverified claims, and misinformation*, Tow Center for Digital Journalism, New York, 2015.

40. P. Tacussel, « Imagem e contemporaneidade: entrevista com Patrick Tacussel », *Revista Famecos*, Porto Alegre, n° 31, décembre 2006, p. 9.

41. *Ibid.*

42. Terme anglais pour désigner les canulars diffusés au sein du monde virtuel.

réseaux sociaux numériques ces dernières années. Selon l'auteur, il n'est pas rare que les grands groupes de médias diffusent ces informations comme si elles étaient vraies, ce qui contribue à augmenter la désinformation sur l'Internet.

La manifestation de rumeurs au sein des réseaux sociaux numériques démontre que ces dernières s'adaptent rapidement aux moyens de communication, puisque différentes plateformes ont été utilisées à cet effet depuis l'apparition des médias de masse. Même quand leur caractère erroné est prouvé, les rumeurs dévoilent leur dimension sociale en mettant en lumière qui nous sommes et comment nous agissons, et en démontrant nos peurs et nos espoirs. Pour le dire autrement, selon Silverman, elles sont des « fenêtres pour notre état d'esprit et nos croyances »⁴³.

L'un des changements introduits par les nouvelles technologies, et qui s'ajoute au récit traditionnel de la rumeur, est la possibilité de joindre des images à une narration. Un faux portrait-robot par exemple ou la photographie d'un individu peuvent être manipulés ou retirés de leur contexte afin de créer une situation gênante pour la victime, comme l'illustrent des cas récents sur Facebook et WhatsApp. Le recours visuel apparaît de la sorte comme un moyen de rapprocher la fiction de la réalité, ce qui confère de la vraisemblance au récit.

Une conséquence extrême observée récemment au Brésil est liée à l'épisode connu du cas Guarujá⁴⁴. Le 3 mai 2014, la femme au foyer Fabiane Maria de Jesus est décédée deux jours après avoir été lynchée, après avoir été confondue avec une supposée kidnapeuse d'enfants, à la suite de la publication d'un portrait-robot sur une page Facebook. Un groupe de résidents du quartier de Morrinhos, à Guarujá (SP⁴⁵), a alors essayé de rendre lui-même justice après que la rumeur ait provoqué des répercussions dans cette communauté-là – bien qu'aucun enfant n'ait été séquestré dans la région. La rumeur du cas Guarujá a provoqué un phénomène de panique à partir d'une histoire irréaliste et a eu un dénouement tragique.

Ayant pour objectif d'étudier comment les réseaux sociaux ont participé de la manifestation de la rumeur, l'épisode a été analysé à la lumière de la sociologie de l'imaginaire. Ont pour cela été utilisées les six étapes de travail primordiales présentées par Legros *et al.* : le recueil de la narration et ses variantes, l'étude du contexte, la mesure du niveau de véracité, l'étude du paratexte, l'analyse de la structure narrative et l'interprétation des rumeurs et légendes⁴⁶. Nous proposons de présenter ici une synthèse de cette analyse.

43. C. Silverman, *Lies, Damn Lies, and Viral Content*, *op. cit.*, p. 21.

44. Ce cas est étudié en profondeur dans un mémoire de maîtrise du Programme d'études supérieures en communication sociale, dirigé par la professeure Juliana Tonin, soutenu le 19 décembre 2016. Les sources d'informations sur la rumeur sont basées sur des reportages effectués par les journaux *Folha de São Paulo* et *O Estado de São Paulo*, et par la réalisation d'interviews de groupe focaux avec des parents et des professeurs de la communauté en septembre 2016.

45. Sigle de l'État de São Paulo. (N.d.T.)

46. P. Legros, F. Monneyron, J.-B. Renard, P. Tacussel, *Sociologia do Imaginário*, *op. cit.*, pp. 196-198.

Les premières informations liées à ce cas de rumeur ont été publiées sur une page Facebook intitulée « Guarujá Alerte », qui comptait alors 55 000 membres, à la fin du mois d'avril 2014. La narration révélait qu'une kidnapeuse d'enfants agissait dans la région afin de pratiquer de la magie noire. « Qu'il s'agisse ou non d'une rumeur, on doit être attentif », disait le texte affiché le 25 avril⁴⁷. Rapidement, le cas a gagné en force et a préoccupé les habitants. Le portrait-robot d'une femme noire considérée comme la kidnapeuse a commencé à être partagé, ce qui a davantage augmenté la panique, spécialement dans le quartier de Morrinhos, en périphérie de la ville. Puis, on a découvert que le dessin était celui d'une femme accusée de tentative de séquestration d'un enfant à Rio de Janeiro en 2012.

Au-delà du portrait-robot, une photographie d'une femme blonde aux cheveux bouclés a également été partagée comme si elle était la supposée kidnapeuse. Fabiane était brune, mais au jour du lynchage elle s'était fait teindre les cheveux en blond. Le propriétaire de la page « Guarujá Alerte » a expliqué en témoignage que les images ont été publiées par des membres.

« On a dit qu'elle avait énucléé l'œil d'un bébé de deux mois »
(Adolescent de 14 ans au journal *Folha* de São Paulo)

« Tout le monde faisait rentrer les enfants tôt chez eux »
(Mère d'un enfant, résidente du quartier, interviewée pour cette recherche)

D'autres versions de cette rumeur ont été recensées dans différentes villes du pays, avec le même procédé de diffusion du portrait-robot de la supposée kidnapeuse. Un reportage du journal *Folha* de São Paulo datant du 8 mai 2014 raconte que la même image avait circulé dans l'État du Paraná, où le blog « Pontal Notícias, de Pontal do Paraná », a publié l'image au début d'avril de cette année-là. La rumeur, selon le reportage, a couru dans la région. Dans une note reproduite par le journal, le ministère public a démenti l'occurrence et a invité les citoyens à ne pas adopter des mesures extrêmes, « car, au-delà du risque de commettre des injustices, ils peuvent être responsabilisés criminellement ».

Le partage d'images et l'apparition d'informations additionnelles, qui comprenaient les détails de la cruauté de la supposée kidnapeuse, confirment la thèse selon laquelle la rumeur est loin d'être une narration statique, puisque le gain d'information pendant son parcours fait partie de son essence. Les images additionnelles sont un facteur qui ajoute un caractère de vraisemblance à la narration, en contribuant à rendre réelle la sensation de risque dénoncée par la rumeur. L'usage de ce type de recours n'était pas aussi simple avant les réseaux sociaux numériques. Grâce aux outils comme Facebook et Twitter, il est possible d'annexer des fichiers audio, des vidéos ou des images à une narration, qu'elle soit vraie ou fictive, ce qui dans plusieurs cas peut augmenter le pouvoir de persuasion.

47. Affichage reproduit par le journal *Folha* de São Paulo le 8 mai 2014.

Selon Legros *et al.*⁴⁸, à travers l'étude du paratexte (ce que les narrateurs de la rumeur disent à son sujet), il est possible de déduire les motifs qui les ont amenés à transmettre l'histoire. Dans ce cas précis, la motivation est liée à la peur provoquée par les informations qu'une kidnapeuse d'enfants serait en train d'agir dans le quartier. Ainsi, la rumeur peut être vue comme un signe d'« alerte ». La narration a trouvé écho dans une réalité sociale vécue au quotidien par les habitants du quartier Morrinhos. Les mères d'étudiants et les professeurs interviewés ont souligné que la sécurité des enfants est une de leurs préoccupations principales, surtout par rapport à l'usage de drogues et au risque d'abus sexuel. Un tel contexte, incrusté dans le corps social, constitue un « fond de vérité » qui, selon la croyance populaire, est derrière toute rumeur.

Une alerte diffusée et légitimée par une page officielle d'informations du Guarujá. Une ambiance striée par la proximité de la violence. Une narration où les supposées victimes provoquent une intense émotion populaire, et où la supposée responsable des atrocités est identifiée grâce à un portrait-robot. En onze jours, de la publication de l'alerte à la mort de Fabiane, une rumeur est née. La rumeur s'est faite présente seulement après le lynchage. Avant cela, pour toutes les personnes impliquées, les histoires racontées et surtout la peur ressentie étaient réelles.

Phénomène à haute charge symbolique, le lynchage représente un point de rupture entre le désir de vengeance et la confiance aux institutions qui gouvernent la vie en société. Bien que ce soit un rite primitif, son occurrence a été attestée depuis l'Antiquité jusqu'à nos jours, au Brésil et dans le monde⁴⁹. Quant aux motifs, Juliana de Souza Martins explique que l'hypothèse la plus probable est que les gens recourent à cette méthode pour punir, « mais surtout pour indiquer leur désaccord avec les alternatives de changement social qui violent les conceptions, valeurs et règles de conduite traditionnelles en rapport à une certaine conception de l'humain »⁵⁰.

L'imaginaire joue ainsi un rôle important dans l'occurrence de ce phénomène, une fois que, selon le même auteur, les justiciers populaires sont portés par les « évidences de la force de l'inconscient collectif et de ce que j'appelle ici des structures sociales profondes »⁵¹.

Le cas Guarujá, avec son dénouement violent, indique qu'il faut faire preuve de prudence lorsqu'on analyse les informations diffusées promptement sur Internet, qui en raison de leur format sont souvent reçues par le public comme des nouvelles véridiques. On peut affirmer encore qu'il s'agit d'une alerte envers l'exercice des métiers du journalisme, puisque l'épisode démontre que l'impact des nouveaux médias sur la manière avec laquelle nous consommons les informations

48. P. Legros, F. Monneyron, J.-B. Renard, P. Tacussel, *Sociologia do Imaginário*, op. cit.

49. Au premier semestre 2014, 50 cas ont été enregistrés au moins au Brésil. (Source : <http://g1.globo.com/politica/dias-de-intolerancia/platb>).

50. J. de Souza Martins, *Linchamentos: justiça popular no Brasil*, Contexto, São Paulo, 2015, p. 27.

51. *Ibid.*, p. 9.

est croissant. D'autre part, cela représente une opportunité pour le journalisme contemporain, dès lors que le travail d'investigation journalistique a le potentiel de se différencier des informations sans vérification diffusées sur le réseau. En ce sens, de nombreuses campagnes de publicité véhiculées par et pour la presse rendent attentif à cette différenciation.

Conclusion

Quand nous parlons de rumeurs en termes sociologiques, il faut se défaire des stéréotypes et des préjugés qui sont utilisés pour discriminer ce genre communicationnel. C'est à cette condition que l'on peut ensuite comprendre l'importance de la circulation d'information entre les individus conditionnés par les réseaux sociaux numériques. Comme nous l'avons vu, la rumeur ne peut pas toujours être caractérisée comme une information négative ou comme une information qui aurait l'intention de dénigrer autrui.

La conversation « de bouche à oreille » se dévoile souvent comme un moyen de passer au-delà d'une forme de communication standardisée. En ce sens, l'apparition des réseaux sociaux numériques représente un pas important pour la démocratisation de l'information, une fois que tous les citoyens ont la possibilité de rendre manifestes, sur le réseau, leurs idées, leurs croyances, leurs désirs, etc.

Pourtant, ainsi que cela arrive avec la communication en « face-à-face », les excès sont inévitables dans la communication médiée par les ordinateurs. La rumeur circule par les réseaux sociaux numériques de la même façon qu'elle se manifeste en dehors d'eux, ce qui inclut des conséquences extrêmes dans quelques situations identiques au cas du lynchage de la femme au foyer Fabiane Maria de Jesus.

Pourtant, ce qui change, dans cette perspective, entre la communication orale et les réseaux sociaux est la possibilité de partager du contenu disponible sur Internet. Grâce aux outils disponibles aujourd'hui, il est possible d'annexer des informations sur tout type d'affiche, surtout des photographies, des vidéos et des fichiers audio. En ce sens, le rapport entre la rumeur et l'image gagne une nouvelle dimension.

Aujourd'hui, avec les réseaux sociaux numériques, nous pouvons annexer une image à l'information que nous diffusons – sans que cette image ait obligatoirement un rapport avec la narration. En ce sens, la rumeur à l'ère des réseaux sociaux numériques représente un outil important pour gagner en vraisemblance, dès lors qu'il devient difficile de contester l'image.

Dans le cas Guarujá, que nous venons de décrire dans cet article, le récit a pu surgir dans différentes villes du pays parce qu'il était appuyé par les réseaux sociaux – bien que les conséquences fatales n'aient été aperçues qu'à un niveau local. Cependant, la rumeur d'Orléans et ses variations dans une dizaine de villes françaises, arrivées bien avant la popularisation de l'accès à l'Internet, démontrent que les réseaux sociaux n'ont pas été directement les responsables de l'amplification

et de la transmission d'informations non vérifiées. Cela se vérifie au Brésil avec des rumeurs qui sont déjà devenues populaires, comme les cas de seringues infectées avec le VIH.

Le cas de la rumeur d'Orléans, avec toutes ses spécificités, démontre qu'on ne peut pas rejeter la faute à Internet concernant l'apparition ou l'amplification d'une même rumeur en différents lieux. Des histoires semblables à ce qui a été raconté à Orléans circulent au moins dans une dizaine de villes françaises, selon Kapferer⁵², dans un espace de temps de quinze ans. D'autre part, on comprend que les réseaux sociaux numériques produisent des changements sur le contenu partagé. Sur cet aspect, l'image occupe un rôle central. Pour la rumeur d'Orléans, le récit était raconté de bouche à oreille, mais sans la présence d'un portrait ou d'une photographie qui viendrait prouver l'authenticité de l'affirmation. Les réseaux sociaux numériques placent cette possibilité (annexer une image à un récit véridique ou non) à la portée de tout un chacun.

Une autre croyance populaire qu'il est possible de réfuter, comme l'ont déjà fait Allport et Postman⁵³, est que la rumeur apparaît là où manque l'information. En suivant ce raisonnement, la rumeur ne trouverait pas d'espace d'expression sur Internet : une fois qu'ils ont accès à des informations non confirmées, les usagers peuvent aussi recourir au réseau pour obtenir des informations qualifiées, y compris pour confirmer la véracité des rumeurs.

Bibliographie

- Allport, G. W., Postman, L., *Psicologia del rumor*, Psiqué, Buenos Aires, 1953.
- Catalá Domenech, J. M., *A forma do real*, Summus, São Paulo, 2011.
- Difonzo, N., Bordia, P., *Rumor psychology: social and organization approaches*, American Psychological Association, Washington, 2007.
- lasbeck, L. C., *Os boatos – além e aquém da notícia*, Lumina, Juiz de Fora, vol. 3, n° 2, pp. 11-26, jul/dez. 2000.
- Kapferer, J.-N., *Boatos: o mais antigo mídia do mundo*, Forense Universitária, Rio de Janeiro, 1993.
- Legros, P., Monneyron, F., Renard, J.-B., Tacussel, P., *Sociologia do Imaginário*, Sulina, Porto Alegre, 2014.
- Martins, J., *Linchamentos: justiça popular no Brasil*, Contexto, São Paulo, 2015.
- Morin, E., *La rumeur d'Orléans*, Seuil, Paris, 1982.
- Renard, J.-B., « Um gênero comunicacional: os boatos e as lendas urbanas », *Revista Famecos*, Famecos-PUCRS, Porto Alegre, n° 32, avril 2007.
- Silverman, C., *Lies, Damn Lies, and Viral Content – How news websites spread (and debunk) online rumors, unverified claims, and misinformation*, Tow Center for Digital Journalism, 2015.
- Tacussel, P., « Imagem e contemporaneidade: entrevista com Patrick Tacussel », *Revista Famecos*, FAMECOS PUCRS Porto Alegre, n° 31, décembre 2006.

52. J.-N. Kapferer, *Boatos: o mais antigo mídia do mundo*, op. cit.

53. G. W. Allport, L. Postman, *Psicologia del rumor*, op. cit.