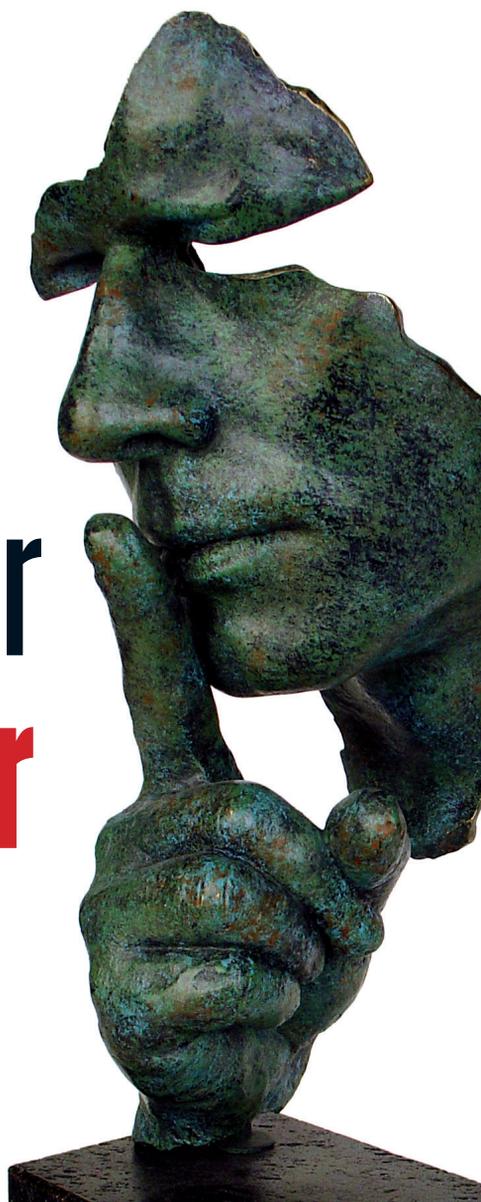


Laurent Gaildraud

Orchestrer la rumeur



Rival, concurrent, ennemi...
comment s'en débarrasser !

EYROLLES

Devenez un maître de la rumeur

Que vous souhaitiez vous débarrasser d'un rival, déstabiliser un concurrent ou tout simplement mettre des bâtons dans les roues de votre voisin, cet ouvrage vous permettra d'arriver à vos fins en orchestrant une rumeur adaptée à votre dessein.

Partez à la rencontre de ce phénomène captivant : découvrez les mécanismes de la rumeur, apprenez à la créer, à la propager, mais aussi à mesurer son impact, à vérifier qu'elle fonctionne et que votre objectif est atteint. Car si la rumeur est un défi à la logique et qu'elle se moque de la vérité, elle répond néanmoins à des règles précises et sa maîtrise relève d'un art d'une grande finesse.

En lisant cet ouvrage truffé d'exemples de rumeurs folles et aberrantes mais qui ont pourtant marqué les esprits, devenez vous aussi un maître de la rumeur et faites-en un outil stratégique infaillible.



Préface de **Christian Harbulot**
Directeur de l'École de guerre économique
Directeur du cabinet *Spin Partners*

Laurent Gaildraud est consultant en entreprise. Expert en intelligence économique, il enseigne également les techniques d'orchestration de rumeurs dans de nombreux établissements supérieurs. Il est fondateur du trophée *Sun-Tzu* qui récompense chaque année la meilleure rumeur orchestrée dans le contexte d'une OPA hostile.

www.editions-organisation.com

Code éditeur: 655301
ISBN: 978-2-212-55301-7

barbarycourte.com | Sculpture de couverture Miguel Guia | www.miguelguia.com

Orchestrer la rumeur

Éditions d'Organisation
Groupe Eyrolles
61, bd Saint-Germain
75240 PARIS Cedex 05

www.editions-organisation.com
www.editions-eyrolles.com

Avec la collaboration de Christie Vanbremeersch

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation de l'Éditeur ou du Centre Français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands Augustins, 75006 Paris.

© Groupe Eyrolles, 2012
ISBN : 978-2-212-55301-7

Laurent Gaildraud

Orchestrer la rumeur

EYROLLES

The logo for EYROLLES features the word "EYROLLES" in a bold, sans-serif font. Below the text is a horizontal line with a small grey circle centered underneath it.

Sommaire

Préface	IX
Introduction	XI
CHAPITRE 1 Les fondements de la rumeur	1
Les fondements historiques: toute prise de parole est une volonté d’influencer	3
Les fondements sociologiques: richesse et complexité	6
Les fondements scientifiques: la rumeur, objet scientifique?	13
CHAPITRE 2 Typologie et classification douloureuses!...	19
Des cloisonnements non étanches	21
La rumeur politique: instrument précieux du pouvoir.....	23
La rumeur financière: l’étincelle dans un univers inflammable.....	27
La rumeur sanitaire: à tous les coups, c’est le jackpot!.....	32
La rumeur people : quand une vedette ne respecte pas le contrat... ..	35
La rumeur juridique: en l’absence d’informations, le public bouche les trous... ..	38
La rumeur de guerre: rendre l’horreur légitime.....	39

CHAPITRE 3 Internet, parfait pour la circulation et le stockage des rumeurs.....	41
Avec Internet, la réputation devient palpable	42
Les réseaux sociaux, formidables tremplins pour la rumeur, à condition de réfléchir un peu	45
Avantages et inconvénients des réseaux sociaux	53
CHAPITRE 4 Comment traquer une rumeur	57
Un style narratif impersonnel : « Selon des sources fiables... »	57
Emploi du conditionnel	59
Deux niveaux de séparation : le copain du copain	59
Trois niveaux de reconnaissance : ce qui est dit, ce qu'on ne dit pas et ce qu'on aurait pu dire.....	60
L'ajout de détails, pour asseoir la narration	63
La dénonciation du secret : « Des imaginations déjà préparées, qui fermentent sourdement... »	64
CHAPITRE 5 Créer une rumeur au bon endroit, au bon moment	67
Les conditions initiales: mollo sur les starting-blocks	68
Le message et les particularismes culturels	77
Du neuf avec du vieux.....	78
Choisir les bons ingrédients pour votre rumeur.....	80
L'effet anxiogène: la peur, un ingrédient indispensable à la diffusion	88
Abus de bons sentiments... ne nuit pas!	93
La distance de la rumeur: loin des yeux, loin du cœur.....	94

Le double ancrage :	
l'actualité et la peur ancestrale font la paire	95
Les représentations sociales	97
Nous n'aimons que les gens qui nous ressemblent	99
CHAPITRE 6 L'art de propager une rumeur	107
Le lâcher de rumeur	107
La propagation : randonnée en terrain miné.....	122
Le profil du bon propagateur	139
CHAPITRE 7 Dans quel groupe propager?.....	165
Les groupes récepteurs de la rumeur.....	165
Rumeur et quête de conformisme	182
La complication des communications descendantes.....	186
Le « je t'aime, moi non plus » de l'influence sociale.....	195
Style de management et propagation de rumeurs	200
Clarté ou ambiguïté ? Nature du support de la rumeur	201
Comment mesurer le succès de notre rumeur?	202
CHAPITRE 8 Derniers conseils et gaffes à éviter	207
Première erreur: privilégier les liens forts pour diffuser ..	208
Deuxième erreur:	
se focaliser sur les leaders d'opinion pour propager.....	215
Conclusion.....	225
Index	233
Bibliographie	236

À Marie-Hélène

Préface

*« Le monde ne se maintient
que par le souffle des enfants qui étudient. »*

Talmud de Jérusalem (Chabbat 119a).

La rumeur est sans doute la pratique la plus ancienne et la plus élémentaire de la manière d'utiliser l'information comme une arme non létale. Son originalité est qu'elle est à la portée du plus fort comme du plus faible. Et ses effets peuvent être dévastateurs. Contrairement aux armements qui se périssent au cours des temps, la rumeur est inaltérable et conserve toute sa force de frappe. La société de l'information a même amplifié son impact depuis la mondialisation des médias télévisuels et le développement d'Internet.

La récente affaire DSK est une parfaite illustration des cheminements contraires et paradoxaux que peut emprunter la rumeur. Cette rumeur qui a perturbé le cours de la vie politique française pendant quelques mois ne constitue pas un précédent (il y en a eu d'autres dans l'histoire de France : l'« affaire Dreyfus », l'« affaire Stavisky »), elle nous rappelle simplement la force spectaculaire de son impact et la problématique de sa durée de vie. On n'efface pas la rumeur de la mémoire humaine comme on corrige l'image dans une indexation sur Google.

Les révolutions arabes ont donné une dimension géopolitique nouvelle à la rumeur. Elle a été employée comme une arme tactique par les opposants tunisiens qui s'en sont servi en lançant des informations contradictoires et en créant la zizanie entre certains membres du clan Ben Ali. La mobilisation de deux mille membres des services de sécurité tunisiens chargés de surveiller les messages diffusés sur

Internet s'est avérée inefficace pour contrer l'action subversive de quelques noyaux d'internautes particulièrement actifs dans les réseaux sociaux.

L'ouvrage de Laurent Gaildraud aide à comprendre le processus « rumorale » en apportant un éclairage à la fois typologique et méthodologique pour cerner les multiples dimensions que peut prendre une rumeur. Cette étude pédagogique de la rumeur est très utile pour décrypter une partie non négligeable des rapports de force du monde actuel, qu'ils portent sur des questions géostratégiques, politiques, économiques, sociales, culturelles ou religieuses.

Le travail de Laurent Gaildraud formalise une grille de lecture originale de la rumeur qui permet non seulement de l'analyser comme phénomène sociologique, mais aussi de la combattre lorsqu'on en est victime. On se protège toujours mieux de quelque chose que l'on comprend.

Christian Harbulot

Directeur de l'École de guerre économique
Directeur du cabinet Spin Partners

Introduction

« L'universalité des hommes se repaît de l'apparence comme de la réalité ; souvent même l'apparence les frappe et les satisfait plus que la réalité même. »

Nicolas Machiavel

Ce livre s'adresse à toute personne qui souhaite orchestrer une rumeur, dans le but de gagner de l'argent, de déstabiliser un concurrent, de faire ce qu'il a à faire. Si vous avez un adversaire ou un ennemi, vous êtes concerné. C'est dire si on ratisse large !

Quand vous aurez lu ce livre vous aurez, nous l'espérons, une vision de son fonctionnement – sans jamais garantir qu'une rumeur fonctionnera, vous connaîtrez au moins les passages incontournables.

Qu'y a-t-il de si hypnotique dans la rumeur ?

Aucun individu, aucune entreprise, aucune entité au sens large, aussi puissant soit-il ou pense-t-il l'être, qui ne serait déstabilisé par une rumeur. Tout le monde la redoute – car il n'est pas nécessaire d'être coupable pour en pâtir.

L'orchestration d'une rumeur relève d'un art de grande finesse, d'une alchimie difficile à cerner. Tel l'artiste qui écrit un album de musique contenant douze chansons : au mieux, une seule fera un succès. Personne, ni l'artiste lui-même, n'est capable de vous dire pourquoi cette chanson-là et pas une autre. Les mêmes efforts, la même créativité ont été déployés pour tout l'album. L'artiste pensait d'ailleurs que ce serait une autre qui serait une réussite.

Alors, comment orchestrer une rumeur ?

Ne pouvant jamais être certain qu'une rumeur se déclencherà, on peut tout de même mettre toutes les chances de son côté pour qu'elle se réalise. Par ailleurs, si les rumeurs sont craintes, il y a fort à parier qu'elles le sont parce qu'elles sont incomprises et mystérieuses. Telle est la finalité de ce livre : essayer de mieux les comprendre. Car il sera utopique de penser pouvoir les maîtriser totalement.

Cet essai sera au mieux exploratoire et, par définition, incomplet.

Nous verrons cependant qu'il existe des passages obligés lorsque l'on désire orchestrer une rumeur. Ces passages sont connus et répondent aux incertitudes de chaque groupe humain. Il existe bel et bien un genre de rumeur contre lequel l'individu ou l'entreprise ne peut rien : quel que soit son degré de préparation, de proactivité et d'anticipation de crises, ils seront impuissants. Cette rumeur est un défi à la logique et à la vraisemblance. Elle se moque de la vérité. Elle se moque du monde. Elle peut être aberrante et folle, peu importe ! Elle s'adaptera, elle mutera, elle naîtra, survivra et mourra. Nous sommes démunis face à une rumeur en cours de mythification. Et entre-temps, les dommages seront irréversibles. La rumeur est organique, elle respire, elle palpète, elle est un concentré d'humanité.

Face à elle, les responsables de communication et de gestion de crise resteront impuissants, atterrés ou en colère. Ils ne comprendront pas et ils deviendront muets et interdits, comme pénétrés du mystère des choses.

Oui, la rumeur est tout simplement captivante.

Un livre dont la finalité serait une ébauche d'un *modus operandi* de la rumeur, voilà qui vous apparaîtra comme très ambitieux... et peut-être amoral. Expliquer le fonctionnement d'un explosif est une chose, poser une bombe en est une autre. Il ne s'agira pas de confondre déminage et terrorisme !

Pour autant, notre propos n'est pas de traiter la gestion de crise. Ce livre se positionne en amont de cette problématique et c'est bien de provocation de crise dont nous parlerons.

Une discipline en devenir peut-être : la rumorologie. Ou, pourquoi pas, la rumorocratie¹.

Mais venons-en aux faits.

Que trouverez-vous dans cet ouvrage ?

Dans le premier chapitre, nous planterons le décor : quels sont les fondements historiques et sociologiques de la rumeur ?

Puis nous nous risquerons à classer les différentes familles de rumeurs. Nous verrons alors que ces classements ne sont pas étanches et qu'une rumeur peut appartenir à différentes familles. Il s'agira également de voir les principaux critères qui permettent de reconnaître une rumeur. La présence d'une rumeur n'est jamais innocente, elle reflète l'état d'esprit d'une population à un moment déterminé.

Ensuite, nous aborderons la dynamique même d'une rumeur : comment la créer, comment la propager ? Avant d'étudier son impact et de vérifier qu'elle fonctionne !

Pour finir, nous examinerons les écueils qui nous menacent lorsque l'on tente d'orchestrer une rumeur.

À propos, si vous aviez toujours rêvé d'être un rat pour assister à une expérience de psychosociologie dans un laboratoire... vous allez être servi ! En effet, nous avons, quand c'était possible, étayé nos hypothèses par leur vérification en laboratoire avant de les implémenter dans la vie. Bienvenue chez les rongeurs !

Nous vous souhaitons une belle exploration de ce phénomène captivant, inquiétant et mystérieux.

1. Par « rumorologues », nous entendons les personnes qui étudient les rumeurs et par « rumorocrates » les personnes qui les instrumentalisent. Pascal Froissart a spécifié cette terminologie.

Petit dictionnaire de la rumeur

RAPPEL

Avant de nous lancer dans la bataille, et comme nous parlerons souvent d'expérience de psychosociologie, il semble utile de faire ce bref rappel de vocabulaire.

Besoin d'affiliation: recherche de liens affectifs avec autrui. C'est la volonté de vouloir entrer dans un groupement, un réseau, n'importe quel tissu social.

À ne pas confondre avec l'affiliation sur Internet qui est une technique marketing permettant à un webmarchand (affilieur) de diffuser ses produits sur des sites web affiliés.

Biais cognitif: schéma de pensée erroné qui apparaît dans un type de situation donnée. C'est une erreur systématique dans la prise de décision et/ou le comportement adopté face à une situation donnée résultant d'une faille ou d'une faiblesse dans le traitement des informations disponibles.

Endogroupe: groupe composé des individus qu'une personne a catégorisés comme membres de son propre groupe d'appartenance et avec qui elle a tendance à s'identifier.

Exogroupe: groupe composé de tous les individus qu'une personne a catégorisés comme membres d'un groupe d'appartenance autre que le sien et avec qui elle n'a pas tendance à s'identifier.

Groupe de contrôle: échantillon non exposé aux stimuli lors d'une expérience ou étude.

Groupe expérimental: groupe exposé à une variable indépendante d'une expérience. Ceci afin de vérifier une hypothèse expérimentale. C'est la comparaison entre groupe de contrôle et groupe expérimental qui valide (ou invalide) l'hypothèse.

Réactance (effet de), encore appelé « résistance à la persuasion »: tendance à nous rebeller contre ce que nous ressentons comme une atteinte à nos libertés. La conséquence directe de cet effet est la mise en place de la part du sujet que l'on cherche à influencer/convaincre de stratégies de résistance, produisant ainsi l'inverse de l'effet escompté. Ce phénomène est présent tout le long de notre vie et démarre dès l'âge de 2 ou 3 ans (crise d'opposition redoutée des parents).

CHAPITRE 1

Les fondements de la rumeur

*« Plusieurs valets et serviteurs,
Force caquets et grands rumeurs. »*

Proverbes rimés recueillis par le comte de Neufchâteau

Avant de nous demander d'où vient une rumeur, rappelons-en la définition. Au XIII^e siècle, en France, la rumeur était un bruit – d'où la définition première: « Bruit confus que produisent un certain nombre de personnes disposées à la révolte, à la sédition, à la violence ou à la protestation. »

D'après Wikipédia, une rumeur est: « Un phénomène de transmission large d'une histoire à prétention de vérité et de révélation par tout moyen de communication formel ou informel. »

Un bruit. Une prétention de vérité. On le voit, à ce terme se rattachent les notions de fausseté et de fausse information.

Un show télévisé était fondé sur cette idée: le présentateur avançait un fait quelconque et les invités devaient donner leur avis en répondant « rumeur » ou « pas rumeur », signifiant ainsi leur point de vue sur le degré de véracité du discours. Dans ce cas de figure, « rumeur » n'avait pas d'autre sens que « fausse information ». Cela est un contresens fondamental: une rumeur peut être vraie et c'est précisément la raison pour laquelle elle est crainte! Elle peut vous induire en erreur et peut également vous apprendre la vérité. Si elle était toujours fausse, elle serait traitée comme telle et ne mériterait pas que vous ayez investi dans ce livre...

La réalité, c'est qu'en moyenne un tiers des rumeurs se révèlent fondées. La rumeur n'est donc pas l'inverse de l'information, elle en est un pendant. De plus, la notion de vrai et de faux est un concept subjectif qui relève d'une approche plus philosophique que fonctionnelle – et ce livre a pour objectif de nous conduire à la mise en pratique.

Quand on s'intéresse à cette notion de rumeur, il est souhaitable de laisser les certitudes de côté. L'approche du monde sur une base du « vrai » et du « faux » est source de déception. On gagnera en efficacité si, plutôt que de tenter de résoudre la question philosophique de la véracité, on se demande quelle est « l'attitude la plus adéquate à un moment déterminé » pour répondre à une rumeur.

Car toute croyance devient « vraie » aux yeux de celui qui y croit : tous les démentis n'y changeront rien. Cela est particulièrement vérifié dans le cas des prophéties autoréalisatrices : la rumeur d'une banque qui va déposer son bilan entraînera les clients à retirer leur argent massivement avec pour conséquence... le dépôt de bilan de cette banque. Une rumeur de pénurie de sucre entraînera que tout le monde se jette sur le sucre, et qu'au bout de quelques heures il n'y en aura plus sur les étalages des magasins (CQFD).

Nous connaissons l'histoire du professeur qui a des attentes vis-à-vis de certains élèves qu'il considère comme meilleurs que les autres. De ce fait, le professeur s'est mieux occupé d'eux, il leur a enseigné plus de choses et a confirmé sa propre attente en démontrant que ce groupe d'élèves était effectivement meilleur que les autres.

Le monde que nous voyons est celui que nous cherchons. Et inversement.

Nous allons voir à présent les différents fondements d'une rumeur : c'est-à-dire les ressorts sur lesquels elle s'appuie pour se propager.

LES FONDEMENTS HISTORIQUES : TOUTE PRISE DE PAROLE EST UNE VOLONTÉ D'INFLUENCER

Depuis que la parole existe, il y a des rumeurs.

La rumeur parle à un inconscient collectif, à un système de croyances globales, à un écho dans l'imaginaire social. Comprendre la rumeur, c'est trouver une correspondance dans cet écho.

Rumeur et mythe, de nombreuses passerelles

*« Les mots disent tout, les légendes se font autour d'une locution,
un mot déformé et voilà un dieu de plus...
Tout mythe est un drame humain condensé. »*

Gaston Bachelard

La rumeur, un mythe flottant, comme le disait Jean-Noël Kapferer¹.

Quel parallèle peut-on trouver entre une rumeur et un mythe ?

Le 30 juillet 1974, lors d'une émission radiophonique, Claude Lévi-Strauss donnait sa définition du mythe : « Une histoire qui ne vient de nulle part car transmise par la tradition orale, elle a probablement été racontée pour la première fois un jour et en un lieu. Mais pour qu'elle devienne vraiment un mythe et pour qu'elle soit reconnue comme telle, il faut qu'elle ait été retenue, répétée, re-racontée, retenue, re-racontée tellement de fois de suite que personne ne sait plus d'où elle vient et par conséquent, on lui attribue une origine surnaturelle. Et c'est une histoire, en général, qui prétend rendre compte de la manière dont l'univers ou la société sont organisés et de la raison ou des raisons pour lesquelles il est bon qu'ils soient organisés comme ils le sont. »

Les points importants que sont l'origine indéterminée (pas d'auteur précis à qui les attribuer) et la nécessité de la transmission orale (nous sommes en 1974, Internet n'existe pas) offrent des parallèles

1. Jean-Noël Kapferer, *Rumeur : le plus vieux média du monde*, Éditions du Seuil, 1987.

avec la rumeur. On retrouve une richesse protéiforme et une fécondité similaires dans les mythes et les rumeurs.

Un mythe comme une rumeur ne nous arrivent jamais dans leur version originale, brute et authentique ; quand ils nous atteignent, ils sont déjà interprétés. Il existe des réinterprétations, des variantes des mythes et des rumeurs, mais ces variations restent dans le même cadre culturel. Néanmoins, cette réinterprétation a ses limites. Nous verrons des rumeurs muter pour assimiler un contexte culturel ou historique : c'est la raison pour laquelle les rumeurs ont une odeur commune. La rumeur a une spécificité culturelle. Sortir de ces limites revient à casser la structure narrative du récit et consécutivement à tuer la rumeur. Autant que possible, nous essaierons de choisir des rumeurs qui ont un noyau de « vérité » et une odeur d'universalité, afin que ce vecteur garde toute sa puissance. La rumeur sera traitée comme concept opératoire et considérée comme un redoutable instrument de travail. La rumeur comme psychomythologie, comme psychologie propulsée dans le monde externe alors que, historiquement, la psychologie relève d'une projection interne.

Le mythe et la rumeur détiennent tous les deux une vérité inconsciente et, simultanément, ils voilent cette conscience mise à jour. En classant les mythes ou les rumeurs sous le terme de mystification, on oblitère le sens et la raison de leur présence. Les deux peuvent être des fabulations, mais ils ont toujours une raison d'être et du sens – bref, ils ne sont certainement pas des mensonges. Carl Gustav Jung¹ était lui-même fasciné par cet inconscient collectif présent dans tous les mythes. Inconscient collectif également présent dans les rumeurs – et en les étudiant, on voit que mythes et rumeurs s'appuient sur des récits très bien structurés.

Avec un peu d'expérience, il est possible de déceler le signe, le trait significatif par lequel l'origine de cet inconscient collectif se trahit. Il s'agira d'un détail pour l'œil novice, et pourtant ce signe décèlera le travail interne de la rumeur. À ce stade, cela ne dira pas si la rumeur

1. Carl Gustav Jung et RFC Hull, *Dreams*, Routledge, 2002.

est fondée, cela dira qu'il y a rumeur. Rumeur pour ce qu'elle est, c'est-à-dire un récit projectif dans lequel un groupe social met dehors son inconscient, qui par essence recèle une logique intime et souvent secrète.

La rumeur est une sorte d'écriture du groupe par lui-même.

La rumeur d'Orléans¹ : un cas d'école

L'ANECDOTE

Cette histoire est devenue l'emblème d'une rumeur socialement spontanée. Elle s'appelle « rumeur d'Orléans », et pourtant elle fut répandue également dans nombre d'autres villes françaises et même étrangères ! Voici l'histoire. En 1968, Stephen Barlay publie *Sex Slavery, a Documentary Report on the International Scene Today*². On pouvait lire qu'une jeune femme était allée faire des achats dans un magasin de lingerie. Pendant ce temps, son mari l'attendait à l'extérieur. Après une attente assez longue, le mari décide de rentrer dans la boutique... Mais lorsqu'il s'enquiert de son épouse, on lui répond que personne correspondant à la description qu'il donne n'est entré récemment. Inquiet, il demande à la police d'intervenir : celle-ci découvrira l'épouse droguée et ficelée dans la cave du magasin.

Le livre de Barlay sera traduit en français en 1969 et repris dans le magazine *Noir et blanc* du 6 mai 1969.

Dans les jours qui vont suivre, la rumeur se répandra dans toute la ville d'Orléans. Elle atteindra son paroxysme le 1^{er} juin 1969 : à ce stade, ce n'est plus un magasin accusé de pratiquer la traite des Blanches, mais bien un réseau d'une demi-douzaine de boutiques qui se livrent à la coupable activité ! Les clientes seraient assommées ou droguées et évacuées par les égouts, puis des égouts au collecteur central et du collecteur central à la Loire, où un sous-marin prendrait livraison des corps inanimés. Ainsi vogue la galère vers des lieux exotiques avec les corps de femmes orléanaises inconscientes. Nous sommes au bord du lynchage des propriétaires de magasins, alors qu'à aucun moment les services de police d'Orléans n'ont reçu la première plainte pour disparition. Nous sommes face à un gigantesque fantasme collectif.

Deux points sont particulièrement intéressants dans cette histoire et

1. Edgar Morin, *La Rumeur d'Orléans*, Éditions du Seuil, 1969.

2. Stephen Barlay, *L'Esclavage sexuel*, Albin Michel, 1969 (version française).

étrangement, si le second a déjà été développé, le premier l'a beaucoup moins été :

- en mai 1969, de Gaulle s'est retiré de la politique et décédera un an plus tard. Le 1^{er} juin correspond au premier tour des élections présidentielles qui oppose Georges Pompidou et Alain Poher ;
- le patron du premier magasin accusé de faire de la traite des Blanches est un dénommé M. Licht. Bref ! Il est juif. Nous garderons à l'esprit le projet hébraïque de domination du monde¹.

L'anxiété de l'élection présidentielle et le racisme sont des ingrédients très fertiles pour l'orchestration d'une rumeur. Nous développerons ces deux points ultérieurement.

LES FONDEMENTS SOCIOLOGIQUES : RICHESSE ET COMPLEXITÉ

La rumeur se trouve au croisement de nombreuses disciplines où s'exercent, à des dosages divers, la psychologie, la sociologie, l'anthropologie, la symbolique, la communication... C'est-à-dire au cœur d'un nœud inextricable de passions humaines.

Une fonction politique : ceux d'en bas déstabilisent, ceux d'en haut instrumentalisent

La propagation d'une rumeur étant difficile à contrôler, elle a toujours eu le don d'irriter toute forme de pouvoir. Si nous imaginons que, du point de vue des instances du pouvoir, une bonne communication est une communication contrôlée, la rumeur jouit d'une liberté inadmissible ! Les tentatives de modélisations mathématiques pour comprendre son fonctionnement afin de mieux la bloquer ont été pléthoriques. Les mathématiciens des sciences sociales ont pondu de fumeux modèles pour contrôler la propagation de la rumeur. Ils sont tous fondés sur le même calcul que celui qui régit la propagation des

1. La judéophobie est à prendre au sens générique du terme. N'importe quelle phobie fera l'affaire. Mais qui n'a pas à l'esprit l'incontournable sacrifice des nourrissons chrétiens.

pandémies ou des feux de forêt. Rumeur égale vérole ou catastrophe naturelle. La rumeur comme symptôme indiscutable d'une maladie sociale : cela en dit long sur la perception du phénomène !

C'est dommage, car prendre de haut la rumeur équivaut à se priver d'un formidable outil d'analyse.

Voilà les deux principales stratégies de contre-attaque du politicien touché par une rumeur :

- le mépris teinté d'apparente indifférence mais, en privé, on vocifère, on vitupère, on intimide, on menace de porter plainte contre X (ce qui sous-tendrait que X existât). On crie au complot et, au bout du compte, on en sort fragilisé ;
- la tentative en sous-main de contrôler la rumeur. La maladresse domine largement cette stratégie. On essaiera souvent de produire *ex nihilo* des documents, des témoignages qui innocentent « l'accusé ». La découverte bien à propos de ces documents n'abusera personne, et seul un pitoyable sentiment d'impuissance subsistera de ces gesticulations. Nicolas Sarkozy devant une rumeur concernant son couple s'était exprimé en ces termes : « Tout ce petit clapotis n'a pas d'importance. Cela fait partie de la vie moderne, d'un système. C'est comme ça, il n'y a pas lieu d'en faire de commentaires. De toute manière, on n'y peut rien¹. »

Il est amusant de trouver dans la même phrase un détachement négligé et lointain vis-à-vis de la rumeur et l'aveu d'un parfait sentiment d'impuissance. Peut-être est-il judicieux de faire mine de n'être pas concerné quand on ne peut rien !

La rumeur, en tant que défi à l'autorité, est un moyen de contrôler les individus dominants. On constatera sans effort que les cibles de rumeurs concernent peu « la France d'en bas ». Elle est donc une arme fort efficace dans les mains populaires. Paradoxalement, nous verrons qu'elle est essentiellement propagée par « la France d'en haut ».

Et nous, quel rôle jouons-nous dans la propagation d'une rumeur ?

1. 13 avril 2010 sur la chaîne américaine CBS.

Le positionnement de la victime de la rumeur par rapport à notre niveau social fera que nous propagerons ou pas la rumeur. C'est la raison pour laquelle nous pensons que la rumeur vient « d'en bas ». Tout est question de positionnement du référent.

Dans le cas où l'individu ciblé par la rumeur est d'un statut supérieur au nôtre :

- soit la rumeur est de nature positive et elle a peu de chances d'être relayée, car peu nuisible ;
- soit la rumeur est de nature négative et elle a de fortes chances d'être relayée car elle devient hautement exploitable.

Dans le cas où l'individu ciblé est d'un statut inférieur au nôtre (cas de figure relativement rare) :

- soit la rumeur est positive et elle sera relayée uniquement si la victime de la rumeur appartient au même groupe que les propagateurs. Le bénéfique « de la bonne nouvelle » profite à l'ensemble de ce groupe ;
- soit la rumeur est de nature négative et sera peu relayée car l'individu n'a pas besoin d'être contrôlé par les propagateurs du groupe et sa valeur négative nuira à l'ensemble du groupe.

On ressent peu le besoin de propager dans le cas où la victime de la rumeur est d'un statut inférieur au nôtre. Cela corrobore le fait que la rumeur peut être utilisée pour le contrôle des protagonistes dominants.

Étudier les modes de pensée et d'idéologie des groupes constituants a une grande importance dans la propagation de notre rumeur.

Les groupes dominants développent des formes d'idéologie afin de rendre les inégalités justifiées. Sidanius et Pratto analyseront ces formes d'idéologie qu'ils nommeront « des mythes légitimiseurs », et qu'ils définiront ainsi : « Des valeurs, des attitudes, des croyances, des attributions causales et des idéologies qui fournissent une justification intellectuelle et morale aux pratiques sociales¹. »

1. Jim Sidanius et Felicia Pratto, *Social Dominance: an Intergroup Theory of Social Hierarchy and Oppression*, New Work, Cambridge University Press, 1999.

Ils constateront que ces mythes renforcent la hiérarchie sociale (racisme, sexisme, nationalisme, etc.). À l'autre bout du spectre, nous trouvons des mythes qui atténuent ces hiérarchies sociales (multiculturalisme, universalisme, etc.).

On remarquera que plus les individus ont intérêt au maintien de ces hiérarchies sociales, plus leurs opinions seront à caractère raciste, sexiste et conservateur. L'inverse est également applicable : moins les individus sont en accord avec ces hiérarchies, plus ils auront tendance à formuler des opinions multiculturalistes mêlées à une empathie humaine et, par exemple, à exprimer leur empathie à l'égard des pauvres et une vision de tolérance vis-à-vis des homosexuels par exemple.

À ce niveau, la rumeur acquiert le statut d'instrument de résistance. Elle requiert trois critères que nous nous efforcerons de conserver dans le choix de nos rumeurs :

- disposer d'une assise sociale et pas nécessairement populaire ;
- apporter une réinterprétation du monde ;
- forcer l'ordre social à un rapport de renversement : la rumeur véhicule simultanément un déséquilibre dans la hiérarchie collective tout en préservant un ordre structurant et donc rassurant.

Chaque rumeur comporte une volonté subversive et conformiste à la fois. C'est une manière souvent maladroite, mais néanmoins effective, de réinventer les rapports sociaux. Elle nous offre un monde inversé. Tout ce qui est dans l'ordre dominant reflète le haut, c'est-à-dire l'intellect, l'information recoupée, le sérieux, la rigueur. Tout ce qui est « rumoral » reflète le bas, le caniveau, la déjection, l'Internet (délicieusement surnommé « le média des catacombes¹ »). Détrôner le haut et l'envoyer valser vers le bas revient à déboulonner les catégories dominantes. La rumeur a cette double fonction, elle ensevelit et renouvelle simultanément.

1. Expression étonnante de Jean-François Kahn. À ce stade, nous ne sommes plus en bas, nous passons souterrain, direction les égouts.