

CAFE PHILO La rumeur : quel pouvoir de vérité ?
--

Bujumbura, le 01/10/2015

INTRODUCTION

Pourquoi un Café Philo sur la rumeur ?

- Parce qu'elle nous concerne tous, nous sommes tous régulièrement confrontés à des informations dont la véracité ne peut être attestée et qui vont pourtant influencer notre conception d'une personne ou d'une situation. Nous pouvons nous-même faire l'objet de rumeur. C'est donc l'occasion de s'exprimer sur notre vécu.
- Pour déconstruire et mieux comprendre ensemble ce phénomène, d'en comprendre les causes et les conséquences. Comment se diffuse la rumeur ? Sur quoi porte-t-elle ? L'enjeu est de la démystifier et mieux y faire face.
- Pour réfléchir sur sa portée sociale et culturelle, puisque la rumeur peut nous permettre de comprendre un contexte socio-culturel, en particulier celui que nous vivons actuellement au Burundi.

A mon sens, la rumeur est intéressante, car elle à la fois révélatrice et reproductrice des normes sociales. Elle offre un prêt à penser sur une situation ou des personnes, marginalisant certains pans de la population au profit de la majorité, prenant le pas sur la réflexion. Elle est donc un vecteur de l'organisation social, à une force à la fois créatrice et destructrice du vivre-ensemble.

Quelques Définition :

- Nouvelle, bruit qui se répand dans le public, dont l'origine est inconnue ou incertaine et la **véracité douteuse** : *Des rumeurs de guerre*. (Larousse)
- Une **rumeur** est un phénomène de transmission large d'une information, à prétention de vérité et de révélation. (Wikipedia) Cette définition recouvre des réalités très diverses :
 - les fausses informations, erreurs journalistiques et manœuvres de **désinformation**, pourvu qu'elles soient révélées *a posteriori* et fassent controverse ;
 - les **préjugés**, quand ils sont racontés et non seulement assésés.
 - la **propagande**, quand elle prend appui sur des histoires de vie, des cas exemplaires, des théories globales ;
- le **canular**, quand il n'est pas encore révélé
- certaines formes de **théorie du complot**, quand la narration importe davantage que la révélation ;
- la **légende contemporaine** ou **légende urbaine**, quand elle perd son côté purement anecdotique et se trouve au centre de controverses, en particulier médiatique.

Les rumeurs peuvent faire partie de techniques d'influence, notamment dans le cadre de stratégies de diversion.

DISCUSSION

Un exemple célèbre de rumeur est celui de la rumeur d'Orléans, selon laquelle des juifs auraient enlevé des femmes dans des cabines d'essayage pour alimenter un trafic d'organes ou un trafic de prostitution. Bien que la rumeur ne repose sur une donnée réelle, elle s'est propagée et s'est maintenue durant une longue période. Dans ce cas, la rumeur porte sur un fantasme, sur un racisme envers une minorité au sein de la société. Il peut s'agir d'une seule personne ou une minorité, qui se voit discriminé ou marginalisé à travers la rumeur par une majorité.

La rumeur vise un objet, ou une personne, mais elle n'est pas forcément négative, au contraire cela peut-être une volonté de la majorité d'exprimer un désir et de le propager à travers une rumeur. En outre, la rumeur peut véhiculer un fait réel et peut révéler des vérités. C'est par exemple ce que fait le Canard Enchaîné en France. La rumeur peut donc être aussi pour protéger la société.

Les rumeurs correspondent à une période particulière dans une société, elles sont plus fortes lorsqu'il y a une discontinuité historique.

Il y a toujours des rumeurs car cela correspond à un besoin de l'homme. La rumeur peut tout simplement être basée sur le plaisir, la curiosité. La preuve, c'est que pour être propagée la rumeur doit plaire.

La rumeur est un phénomène très marqué au Burundi car tout le monde se connaît. En effet, l'habitat traditionnel, le mode de vie essentiellement rural, l'environnement isolé joue un rôle fondamental dans l'importance et la propagation de la rumeur. De plus, selon un dicton Burundais, la rumeur est information. Elle a donc une valeur de vérité, un crédit qui lui est accordé par toute la population, étant soutenue par la tradition. En outre, la rumeur a un rôle : distribuer de l'information. La rumeur a toujours été un moyen simple de faire circuler une information, en particulier dans le milieu rural dépourvu d'autres moyens de communication.

Le Burundi est de culture orale. Lorsqu'on ne dispose que de la communication orale pour s'informer, on ne peut négliger cette source d'information. De plus, c'est en s'informant qu'on propage également une information ; la rumeur se nourrit des uns et des autres. Lorsque les circuits de communication sont plus ouverts, c'est-à-dire lorsqu'il y a une multiplication des sources d'information pour qu'un recoupement des informations puisse avoir lieu, il y a moins de rumeurs.

« Un vrai Burundais ne regarde jamais son interlocuteur ». Les Burundais ont un regard oblique, ils n'oseront jamais affronter un étranger ou un ennemi directement, c'est une attitude et un état

d'être dicté par la culture. Cette situation peut être expliquée par le proverbe « il n'y a pas de meilleur sorcier que l'œil ». Il y a donc une analogie à trouver entre cet aspect de la culture, cette volonté de se dissimuler au regard de l'interlocuteur et l'importance accordée à la rumeur.

Au Burundi, en théorie il n'y a pas d'opinion ; si on parle, c'est en bonne foi. Mais c'est le rapport à la confiance qui reste décisif, le crédit qu'on accord à la personne qui diffuse une rumeur. Une personne d'autorité est plus écoutée. La rumeur acquiert donc un statut d'information ou de vérité si elle est propagée par une autorité, indépendamment du contenu de l'information divulguée. Cela porte cependant à s'interroger sur la provenance de l'information, avant qu'elle n'arrive à cette autorité et acquière ce statut de vérité. De nombreux facteurs, tel que l'insertion sociale, joue sur le pouvoir de vérité de la rumeur et sur le message véhiculé par la rumeur.

La rumeur est toujours affaire de perception, comme le montre le pouvoir de transformation d'une simple phrase avec l'exemple du « téléphone arabe » (un message a été transmis à une personne de l'assemblée puis à faire le tour de toute l'assemblée ; le message final n'avait absolument rien à voir avec le message initial).

Le langage, la rhétorique est fondamentale pour générer une valeur qui sera accordée à la rumeur. La rumeur se propage par exemple sous forme de confiance, sur un ton très bas, pour lui accorder du crédit. Le contenant est donc tout aussi important que le contenu. Les médias sont d'ailleurs un vecteur de rumeur, leur donnant une authenticité, un pouvoir de vérité. Le canal de diffusion est donc fondamental pour déterminer si une information est une vérité ou une rumeur sans fondement. Le problème fondamental reste l'authenticité de l'information, qui devient finalement une relation de pouvoir. La frontière entre rumeur et vérité est souvent trouble.

La propagation de la rumeur est en fonction d'un intérêt. Cela peut par exemple pour pouvoir s'intégrer au groupe. Mais cela peut également être pour défendre un intérêt individuel, ou un intérêt de corporation. La rumeur, c'est aussi un business.

La rumeur a un pouvoir de vérité, un impact tangible. Par exemple, les effets de levier sur les marchés boursiers sont souvent réalisés en propageant une rumeur sans fondement de vérité, mais qui, telle une prophétie auto-réalisatrice, par le simple fait d'être divulgué acquière une force de vérité.

La rumeur peut donc créer une réalité, tel qu'un climat de peur. Par exemple, au Burundi, le 26 août 2015, l'ambassade de France divulgue un message à ses ressortissants les exhortants à ne pas sortir de chez eux suite à des rumeurs sur un éventuel soulèvement, qui n'avait aucune base réelle.

Cette situation où la rumeur est très importante n'est pas seulement propre au Burundi. En France, dans les années 1950, la situation était similaire, il y avait même un dicton dans le sud de la France pour évoquer cette situation : « l'œil du paysan c'est comme le chat qui surveille la souris ». Ce n'est donc pas propre au Burundi, mais plutôt à un mode de vie.