

LA RUMEUR

I- Généralité :

Nouvelle ou **récit** d'origine **anonyme**, porté par un **sentiment d'évidence** qui l'impose et rend inutile toute **vérification**.

Sa diffusion, le plus souvent **orale**, s'appuie sur le jeu des **relations interpersonnelles**. Les recherches menées depuis les **années 1940** par les **psychosociologues** américains (**G. Allport** et **L. Postman, 1948**) ont permis d'aboutir à une connaissance précise du **phénomène** : **contenus** les plus fréquents, **lois d'altération du message** (nivellement par perte d'un contenu qui devient ainsi plus **concis**, **accentuation** par grossissement des **détails retenus**, **assimilation** par **réorganisation** autour d'**éléments centraux** ou de **stéréotypes**), **allure de la diffusion** (**S. Dodd**).

II- Impact social :

L'**impact social** des rumeurs est fort variable. En tant que manifestation du **désir** et **exorcisme** de l'**angoisse**, leur étude est à rattacher à celle de l'**inconscient collectif** (Cf. **E. Morin, « La rumeur d'Orléans », Paris, Le Seuil, 1969**). Δ Inconscient collectif Δ Opinion publique Δ Représentations sociales Δ Stéréotypes.