



Le bruit court :

un guide pratique pour faire face aux rumeurs



Remerciements

Le bruit court a été élaboré à la suite d'un examen de la documentation, d'une vaste consultation et en étroite collaboration avec un groupe de conseillers et d'examineurs pairs. Le CDAC Network tient à remercier sincèrement tous ceux qui ont donné de leur temps et partager leur expertise pour la production de ce guide. Nous voudrions également remercier la Humanitarian Leadership Academy pour avoir financé ce travail.

Auteur : Jon Bugge

Rédactrice et chef de projet : Angela Rouse

Groupe de pilotage : Aphiluck Bhatiasevi, Charlie M Saceda, Emma Kelleher, Finn Rasmussen, Sarah Mace, Stijn Aelbers

Pairs réviseurs : Aivon D. Guanco, Anne-Laure Rambaud, Gilles Gasser, Heidi J Larson, Isaac Otieno, Nicola Pyatt, Sayeeda Farhana

Autres contributeurs : Achel Bayisenge, Alex Sicotte-Levesque, Amy O'Donnell, Amy Rhoades, Anahi Ayala Iacucci, Barbara Devleiger, Bronwyn Russel, Cathryn Wood, Charlotte Lancaster, Chris Lunch, Chris McConnell, Chris Tuckwood, Drew Boyd, Fared Ullah Khan, Fien De Baere, Gareth Benest, Gian Libot, Giovanni Congi, Isla Glaister, Jacobo Quintanilla, Jean Louis Mbusa Mango, Jerome Seregni, Joy Wiskin, Kai Hopkins, Katie Drew, Laura Walker-MacDonald, Malin Palm, Mara Frigo, Marian Casey-Maslen, Mark South, Martin Dawes, Maude Morrison, Meg Sattler, Mike Adams, Naima Saeed, Neelley Hicks, Ni Ni Thaug, Nick van Praag, Nurangiz Khodzharova, Ombretta Baggio, Phil Poirier, Rafiq Copeland, Rebeca Moreno Jimenez, Sarah Cechvala, Sari Setiogi, Sean McDonald, Soledad Muniz, Stewart Davies, Tom Mooney.

Table des matières

Remerciements	2
Préface	3
Introduction	4
Première Partie : Pourquoi la rumeur compte	6
<i>Qu'est-ce qu'une rumeur ?</i>	8
Comprendre la nature des rumeurs	9
<i>Quels sont les différents types de rumeurs ?</i>	9
<i>Pourquoi les gens partagent-ils les rumeurs ?</i>	9
<i>Quels facteurs permettent aux rumeurs d'exister ?</i>	10
Pourquoi les rumeurs ne peuvent être ignorées	11
Deuxième Partie : Travailler avec les rumeurs	12
Écouter	12
<i>Savoir comment écouter</i>	12
<i>Créer un registre des rumeurs</i>	17
<i>Décider quand réagir</i>	18
Vérifier	20
<i>Identifier des sources d'information fiables</i>	20
<i>Découvrir les faits et trianguler</i>	20
<i>Mieux comprendre la rumeur</i>	22
Participer	24
<i>Développer une nouvelle narration</i>	24
<i>Décider de faire référence ou non à la rumeur d'origine</i>	26
<i>Utiliser les bons canaux de communication</i>	26
<i>Vérifier que le message est bien compris</i>	28
Troisième Partie : Anticipation, Responsabilités, Coordination et Partenariats	30
Anticipation	31
Responsabilités	32
Coordination	33
Partenariats	35
Conclusion	37
Étude de cas – Internews	38
Étude de cas – Search for Common Ground	40
Ressources complémentaires	42

Préface

« *Les oignons et le café protègent du virus Ebola.* » Les rumeurs telles que celle-ci, qui véhiculent des informations erronées, peuvent avoir des effets catastrophiques tant pour les communautés que pour les organisations qui travaillent avec elles. Pourtant, on leur accorde bien souvent peu d'attention – jusqu'à ce qu'il soit trop tard.

Plusieurs membres du réseau *Communicating with Disaster Affected Communities Network* (CDAC, « réseau pour la communication avec les communautés affectées par les catastrophes ») ont reconnu la nécessité de gérer les rumeurs dans le cadre de leurs missions afin d'éviter la perte de vies humaines et de soulager les souffrances. Notamment, Internews avec son modèle inter-agences pionnier¹, l'Organisation mondiale de la Santé & le Bureau de la coordination des affaires humanitaires ont déployé des efforts considérables pour innover dans ce domaine et impliquer d'autres acteurs humanitaires dans la gestion de ce problème.

Le CDAC a commandé ce guide pratique afin de profiter à la fois de leurs expériences et de celles de nombreuses autres personnes, dans le but de documenter les approches, les pratiques et les outils permettant de travailler face aux rumeurs. Il s'adresse avant tout aux responsables des programmes humanitaires et au personnel de terrain pour leur permettre d'intégrer le travail sur les rumeurs dans leurs programmes de réponse d'une manière réalisable.

Le guide est illustré d'expériences tirées de contextes variés, et les exemples donnés sont tous basés sur des rumeurs réelles.

Comment utiliser ce guide

Ce guide est conçu de manière à vous aider à développer une manière de mener votre travail face aux rumeurs. Comme pour toute action humanitaire, il n'existe pas d'approche unique. Au lieu de cela, le guide vise à développer votre connaissance et votre compréhension des rumeurs, et suggère des étapes et des considérations clés. Une gamme d'options et d'outils pouvant être utilisés en différentes combinaisons selon le contexte est présentée, et une approche « suffisamment bonne »² est encouragée: intégrez immédiatement des étapes simples et rapides et construisez à partir de celles-ci.

Le guide est structuré comme suit :

- ▶ **La Première Partie** se concentre sur certaines des théories qui sous-tendent les rumeurs: la définition, la nature et l'importance des rumeurs et les raisons pour lesquelles nous devons travailler avec elles.
- ▶ **La Deuxième Partie** explique les principales étapes et considérations à prendre en compte afin d'identifier et de traiter les rumeurs: écouter, vérifier et participer.
- ▶ **La Troisième Partie** examine les différents rôles et responsabilités dans le traitement des rumeurs et la façon dont la coordination et les partenariats peuvent améliorer votre travail.

Le CDAC invite ses lecteurs à lui faire part de leurs commentaires sur ce guide pratique et les encourage à partager leurs expériences et leurs suggestions par le biais d'études de cas, d'articles de blog ou d'autres moyens via feedback@cdacnetwork.org.

¹ Voir l'étude de cas page 38

² Terme inventé par le Projet de Renforcement des Capacités d'Urgence : « suffisamment bonne » implique de choisir une solution simple plutôt qu'une solution élaborée. « suffisamment bonne » ne signifie pas être un deuxième choix : cela signifie reconnaître que, dans une intervention d'urgence, adopter une approche rapide et simple... peut être la seule possibilité pratique. Lorsque la situation évolue, vous devez chercher à revoir la solution que vous avez choisie et modifier votre approche en conséquence ». <https://bit.ly/2DLOeAr> [Accès le 11 mai 2017]



Introduction

Vous et votre famille avez enfin atteint la sécurité d'un camp mis en place par les Nations Unies et leurs partenaires dans la région kurde du nord de l'Irak. Après avoir fui votre foyer à cause d'intenses combats, vous marchez depuis des jours. Dans le camp, on parle d'une nouvelle attaque. Les gens ont lu sur Facebook que les insurgés se trouvent à moins d'un mille du camp et se dirigent vers eux. Tout autour de vous, les gens emballent leurs maigres affaires pour fuir à nouveau. Vous devez décider dans les prochaines minutes de ce que vous et votre famille allez faire...

Tout ceci était réalité en Irak à la fin de 2014, lorsque des rumeurs d'attaques faisaient fuir les camps du jour au lendemain. Les gens ont été contraints de prendre des décisions sur la base d'informations non vérifiées et se sont enfuis, malgré le risque potentiel d'un plus grand danger. Les organisations humanitaires qui faisaient des distributions arrivaient dans les camps pour les trouver vides.

Dans un contexte d'urgence, les rumeurs peuvent être une question de vie ou de mort. Elles peuvent créer de la souffrance ou de la colère et provoquer des comportements nuisibles ou des réactions violentes. Pourtant, les rumeurs sont souvent rejetées par les acteurs humanitaires, ou ils n'en sont tout simplement pas conscients et ignorent leurs risques potentiels tant qu'ils n'en connaissent pas les conséquences.

Être plus à l'écoute des rumeurs et intégrer quelques étapes directes dans votre travail est une manière forte de commencer à aborder celles qui ont les pires conséquences potentielles. Un cycle de conversation et

d'écoute pour identifier les rumeurs, vérifier les faits qui les sous-tendent et engager les communautés avec de nouveaux récits peut donner lieu à une nouvelle manière de travailler pour contrer les rumeurs. Envisager cette approche en coordination avec d'autres acteurs et tirer parti de l'expertise des partenaires améliorera le processus.

Comme cela est le cas dans presque tous les domaines de la vie, la technologie peut sans aucun doute aider à localiser et à gérer les rumeurs. Mais elle ne peut - et ne doit pas - remplacer le besoin de formes traditionnelles d'engagement communautaire. Rencontrer les membres de la communauté chez eux, parler avec eux dans leur propre langue et tout simplement faire de votre mieux pour avoir une conversation naturelle peut encore être l'un des outils de réponse les plus puissants à notre disposition.

Notre mandat humanitaire exige que nous prêtions attention aux rumeurs et que nous agissions contre celles qui menacent des vies et créent de la souffrance. La révolution de la participation au « Grand Bargain »³ et d'autres engagements mondiaux visant à améliorer la responsabilisation sonneront creux si nous n'écoutons pas les communautés avec lesquelles nous travaillons et les rumeurs qui circulent en leur sein.

Il ne s'agit pas de savoir si des rumeurs existeront quand les gens seront confrontés à la crise : il y en aura toujours. La question est plutôt : comment allons-nous nous engager et travailler avec eux ? Ce guide permet de répondre à cette question.

³ C'est l'un des engagements pris par les donateurs et les organisations humanitaires lors du Sommet humanitaire mondial en 2016



Photo : iStock/100Inights



1 Pourquoi la rumeur compte

Qu'est-ce qu'une rumeur ?

Une rumeur se définit comme une information non vérifiée, transmise d'une personne à une autre⁴. Le mot rumeur a souvent des connotations négatives - souvent écarté comme étant des paroles vaines ou des commérages. Cependant, les rumeurs ne sont intrinsèquement ni bonnes ni mauvaises. Elles peuvent être vraies ou fausses, ou un mélange des deux.

Il existe deux sous-groupes de rumeurs, qui sont définis par l'intention des personnes qui les diffusent :

- ▶ **La mésinformation** est une information erronée, diffusée par des personnes sans intention de tromper, par exemple par un malentendu.
- ▶ **La désinformation** est une information incorrecte, diffusée par les personnes afin de tromper ou de manipuler les autres. Un exemple de ce phénomène sont les « fausses nouvelles », qui sont une désinformation déguisée en nouvelles, souvent diffusées à des fins politiques ou économiques.

Une rumeur peut basculer entre ces sous-groupes au fur et à mesure qu'elle se répand dans une communauté. Par exemple, un trafiquant d'êtres humains peut répandre une rumeur parmi les réfugiés sur la facilité de la vie en Europe avec l'intention de tromper (désinformation), et un réfugié peut ensuite transmettre cette rumeur à ses amis et à sa famille qui n'ont pas l'intention de les tromper (mésinformation).

Même si les moyens et les motifs peuvent varier, l'impact est le même - les gens ne sont pas en mesure de faire des choix éclairés quant à leur avenir. Fonder ces choix sur des informations non vérifiées peut avoir des conséquences dévastatrices.

Résumé :

- ▶ Les rumeurs sont des informations non vérifiées, qui peuvent être diffusées intentionnellement ou involontairement. Elles peuvent contenir des informations correctes ou incorrectes, ou un mélange des deux.
- ▶ Elles s'épanouissent lorsqu'il y a trop ou trop peu d'informations et que les gens sont incapables de vérifier ce qui est juste ou non.
- ▶ Les rumeurs peuvent aider le personnel humanitaire à mieux comprendre les communautés avec lesquelles il travaille et à respecter les engagements pris au niveau mondial pour améliorer la responsabilisation et la participation.

⁴ DiFonzo et Bordia, *Rumor Psychology: Social and Organizational Approaches*, 2007



Photo : iStock/USO

Comprendre la nature des rumeurs

Quels sont les différents types de rumeurs ?

Les rumeurs sont une réponse naturelle aux temps incertains ou menaçants. Elles peuvent aider les gens à comprendre une situation ou à prendre des mesures face à une menace. Elles peuvent être classées de manière large en trois types⁵ :

- ▶ **Rumeurs fondées sur les souhaits** : elles reflètent les espoirs de la communauté, par exemple. « *J'ai entendu dire que le gouvernement canadien autoriserait les victimes du tremblement de terre à travailler au Canada. Que dois-je faire pour aller au Canada ?* »⁶
- ▶ **Rumeurs fondées sur la peur** : elles reflètent les inquiétudes de la communauté, par exemple. « *Si quelqu'un veut retourner en Turquie depuis l'Allemagne, ils l'envoient à Assad à Damas* »⁷
- ▶ **Rumeurs fondées sur l'hostilité** : celles-ci reflètent les menaces envers la communauté ou les préjugés et ciblent souvent des groupes externes, par exemple : « *Les réfugiés irakiens obtiennent moins de soutien que les Syriens* »

Les rumeurs qui reposent sur la peur sont les plus répandues⁸. Elles permettent aux personnes de répondre soit par une action physique, soit en s'isolant de l'impact émotionnel d'un tel événement.

Par exemple, à la suite du tremblement de terre de 2015 au Népal, de nombreuses rumeurs affirmaient que le Népal et le nord de l'Inde craignaient qu'un autre séisme beaucoup plus violent se produise. A Patna, en Inde, des milliers de personnes se sont rassemblées dans un parc du centre de la ville, poussées par la peur du tremblement de terre prédit. Lucknow et d'autres villes du nord de l'Inde ont connu un phénomène semblable⁹.

Les rumeurs peuvent servir de « baromètre » communautaire, mettant en évidence les zones de stress social et d'anxiété, tant pour la communauté dans son ensemble que pour les différents groupes qui la composent.

La prochaine fois que vous entendrez une rumeur, demandez-vous :

- ▶ De quel type de rumeur s'agit-il ?
- ▶ Quel rôle joue-t-elle pour les différents groupes de la communauté ?
- ▶ Qu'illustre la rumeur au sujet des groupes de la communauté ?

Pourquoi les gens partagent-ils les rumeurs ?

Des personnes différentes auront des motivations différentes pour répandre des rumeurs - celles-ci peuvent comprendre¹⁰ :

- ▶ Expliquer une situation ou un événement
- ▶ Partager des informations utiles ou divertissantes
- ▶ Se définir soi-même en étant « dans le courant » ou en faisant paraître les autres « moins bons »
- ▶ Développer des relations en utilisant les informations comme monnaie
- ▶ Se sentir lié aux problèmes qui les concernent
- ▶ Tromper ou décevoir : souvent sur le plan économique ou politique.

À l'exception de la désinformation, les gens partagent généralement des rumeurs parce qu'ils croient à ces dernières, en tout ou partie¹¹.

Une crise peut modifier la façon dont les gens évaluent l'exactitude des rumeurs. Une perturbation de leurs réseaux sociaux et de leurs sources habituelles d'information à un moment où il existe un fort désir de comprendre les événements peut amener les gens à croire des choses ou à se comporter d'une manière inhabituelle. Les gens sont plus susceptibles de recevoir des messages persuasifs lorsqu'ils sont fatigués ou mentalement épuisés¹² - conditions inévitables dans lesquelles les communautés se retrouvent après une crise.

En temps de crise, la perturbation des réseaux sociaux et de l'accès aux sources habituelles d'information peuvent constituer un terrain fertile pour le développement de rumeurs - permettant d'éluder la pensée critique des gens et de faire proliférer ces rumeurs.

⁵ Donovan, *How Idle is Idle Talk ? One Hundred Years of Rumor Research*, 2007

⁶ Open Mic project, Numéro 3 <http://www.quakehelpdesk.org/openmic/issue3/English.pdf> [consulté le 14 mai 2017]

⁷ News that moves, Rumours #3 <https://newsthatmoves.org/en/rumours-3/> consulté le 14 mai 2017

⁸ Silverman, *Lies, Damn Lies and Viral Content*, 2015

⁹ Express News Service, *Fear, rumours on social media bring people out on streets* <http://indianexpress.com/article/india/india-others/fear-rumours-on-social-media-bring-people-out-on-streets/> [consulté le 14 mai 2017]

¹⁰ Adapté de Moon, *Why People Share : The Psychology of Social Sharing*, 2014 <https://coschedule.com/blog/why-people-share/> [consulté le 1er mai 2017]

¹¹ *The Psychology of Rumors: 6 Reasons Why Rumors Spread* <http://socialpsychonline.com/2015/09/psychology-why-rumors-spread/> [consulté le 14 mai 2017]

¹² Kahneman, *Thinking Fast and Slow*, 2011

La rumeur en action

L'EFFET DE LA LOI FONDAMENTALE DE LA RUMEUR

En 2004, au début de l'épidémie de grippe aviaire H5N1, l'OMS a commencé sa « surveillance renforcée des rumeurs¹³ » – un processus d'enquête et de vérification des signalements officiels de la maladie. Leurs recherches ont révélé que la majorité des rumeurs sont apparues dans les premières semaines qui ont suivi l'alerte de santé publique, alors qu'il y avait beaucoup d'inquiétude et de confusion au sujet du virus. Au fur et à mesure que l'on disposait de plus d'informations sur le virus et l'épidémie - ce qui diminuait le niveau d'incertitude - la quantité de rumeurs circulant a diminué. Cela est conforme à la « loi fondamentale de la rumeur », selon laquelle l'importance du problème et le degré d'incertitude qui l'entoure dicteront le nombre de rumeurs qui circulent.

Quels facteurs permettent aux rumeurs d'exister ?

La « loi fondamentale de la rumeur »¹⁴ indique que l'importance du problème et le niveau d'incertitude qui l'entoure dicteront le nombre de rumeurs circulant.

Plusieurs facteurs peuvent influencer sur l'importance et les niveaux d'incertitude.

Le niveau d'importance dépendra de la pertinence ou de l'urgence d'un problème pour quelqu'un et de la menace qu'il perçoit, et cela variera d'une personne à l'autre. Le niveau d'incertitude peut augmenter pour diverses raisons, notamment le manque d'information.

Souvent, après une crise, il y a un manque d'informations fiables et précises au niveau communautaire en ce qui concerne les événements, sur le moment où l'aide arrivera et sur ce que les gens peuvent faire entre-temps.

À l'inverse, si une communauté est exposée à trop d'informations, cela peut tout aussi bien engendrer de l'incertitude¹⁵. Le simple volume d'informations peut surcharger la capacité à traiter ces dernières efficacement¹⁷ - rendant difficile l'évaluation critique qui distingue le vrai du faux.

La rumeur en action

DES MESSAGES CONTRADICTOIRES OU CONFUS PEUVENT GÉNÉRER DES RUMEURS

Une évaluation de la réponse Ebola réalisée par Internews en novembre 2014 a révélé qu'il existait plus de 300 types différents de systèmes de mobilisation sociale ou de messagerie en Guinée, au Libéria et en Sierra Leone. Certains chercheurs ont établi un lien entre cette prolifération de messages à sens unique et la production de rumeurs¹⁵ - des messages mal interprétés ou mal communiqués peuvent se transformer en rumeurs. L'évaluation a mené au lancement du projet *Dey Say* d'Internews (voir l'étude de cas ultérieure sur Internews) en tant que projet coordonné de gestion des rumeurs.

¹³ Samaan, *Rumor Surveillance and Avian Influenza H5N1*, 2005

¹⁴ Donovan, *How Idle is Idle Talk ? One Hundred Years of Rumor Research*, 2007

¹⁵ Centre international des affaires humanitaires, 2016, *Engagement communautaire et promotion de la santé dans les pays touchés par la crise Ebola en Afrique de l'Ouest*

¹⁶ Kimmel, *Rumors and the financial marketplace*, 2010

¹⁷ Donovan, *How Idle is Idle Talk ? One Hundred Years of Rumor Research*, 2007

Pourquoi les rumeurs ne peuvent être ignorées

Les rumeurs peuvent fournir un retour d'information honnête sur les programmes humanitaires, mais elles peuvent aussi les ébranler. Pire encore, les rumeurs peuvent menacer des vies et créer des souffrances tant pour les personnes que vous cherchez à aider que pour votre personnel, et donc miner la mission des organisations humanitaires - c'est pourquoi elles ne peuvent être ignorées.

Les rumeurs peuvent également constituer une opportunité de retour d'information sur l'action humanitaire, en mettant en avant les corrections et les adaptations nécessaires en vue d'assurer une réponse plus efficace et efficiente. Les rumeurs peuvent nous aider à mieux comprendre et à établir des relations plus solides avec les gens des collectivités affectées, résultant en une réponse plus localisée et davantage axée sur les gens. Les rumeurs favorisent de meilleures pratiques de transparence et de responsabilisation. Elles peuvent servir d'alerte précoce en cas de violence ou de comportement à risque, permettant ainsi d'intervenir rapidement.

L'écoute des communautés, y compris à l'égard des rumeurs, est un élément fondamental de la Norme humanitaire fondamentale de qualité et de redevabilité et des engagements du Comité permanent interorganisations en matière de responsabilité envers les populations affectées.

Une participation significative, inscrite dans le « Grand Bargain » du Sommet Humanitaire Mondial, commence par une meilleure écoute et une meilleure compréhension des communautés affectées. Les rumeurs fournissent une occasion d'améliorer l'engagement communautaire, ce qui mène à une meilleure participation - ainsi qu'à des réponses vraiment localisées.

La rumeur en action

LE COÛT DU MANQUE D'ÉCOUTE : L'EXPÉRIENCE NIGÉRIANE

En 2003, les dirigeants politiques et religieux de cinq États du nord du Nigéria ont procédé à un boycott d'une durée de onze mois de la vaccination contre la poliomyélite. Ce boycott a été alimenté par des rumeurs selon lesquelles le vaccin antipoliomyélique était contaminé par le VIH, des produits chimiques anti-fécondités et cancérigènes, et qu'il était contraire à la loi islamique.

Le coût de l'incompréhension des rumeurs et de la lutte contre les rumeurs plus tôt dans la campagne était élevé: il y a eu un quintuplage des cas de poliomyélite au Nigéria, les épidémies se sont propagées à 18 pays sur trois continents. Le coût estimé était de 500 millions \$¹⁸. Le boycott n'a été résolu qu'après un effort international concerté qui comprenait :

- ▶ L'envoi de dirigeants politiques et religieux nigériens en Afrique du Sud, en Inde et en Indonésie pour voir le vaccin utilisé et prouver son innocuité
- ▶ La mise en avant du fait que les vaccins étaient produits en Indonésie pour démontrer le respect de la loi islamique

Une fois le boycott rompu, le travail n'était pas terminé. Afin d'éviter que la rumeur se répète, une réunion des chefs religieux du Tchad, du Cameroun, du Niger, du Togo, du Bénin et du Burkina Faso a été convoquée pour partager les expériences de campagnes de vaccination réussies et quoi faire pour mieux les soutenir à l'avenir.

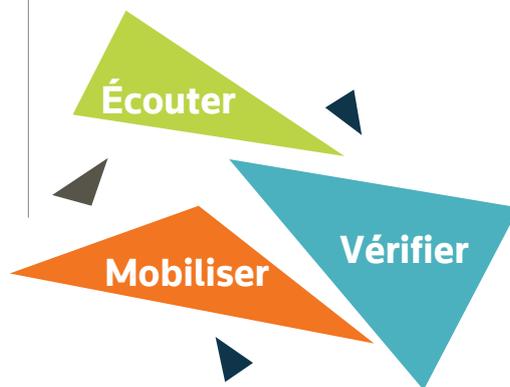
¹⁸ Ginhai, *Listening to the rumours : What the northern Nigeria polio vaccine boycott can tell us ten years on*, 2013

2 Travailler avec les rumeurs

Faire face aux rumeurs sous la forme la plus simple consiste en trois étapes complémentaires : écouter, vérifier et mobiliser.

Bien que présentées ici de manière linéaire, ces étapes représentent un processus cyclique de dialogue avec la communauté qui construit la confiance, renforce les relations avec ses membres et améliore l'impact du programme. Idéalement, le cycle devrait s'achever rapidement, par exemple au moyen d'une conversation au cours de laquelle une rumeur est discutée et une réponse fournie immédiatement, bien que, selon des facteurs tels que sa complexité, son ampleur et les croyances des gens, il puisse nécessiter un processus plus long.

Les trois étapes sont décrites plus en détail ci-dessous, fournissant des considérations clés, des suggestions, des outils et des exemples pour vous aider à développer un système « suffisamment bon » pour faire face aux rumeurs dans votre manière de répondre.



Résumé :

Écouter, c'est bien plus qu'entendre ce qui est dit. Afin d'écouter efficacement les rumeurs, vous devez :

- ▶ Tirer parti des relations de confiance existantes pour écouter.
- ▶ Vous assurer d'écouter la langue dans laquelle la communauté se sent le plus à l'aise.
- ▶ Avoir des conversations ouvertes et non structurées avec la communauté - Évaluer le risque lors de l'établissement des priorités de réponse.
- ▶ Évaluez les risques potentiels d'une rumeur pour vous aider à décider d'une réponse.

Écouter...

La première étape pour mener à bien votre travail malgré les rumeurs consiste à écouter la communauté afin de créer l'occasion d'entendre ces rumeurs. Vous devrez ensuite évaluer le risque que représente la rumeur pour mieux décider comment réagir.

Savoir comment écouter

L'écoute est bien plus que le simple réflexe d'entendre - cela implique de comprendre les individus que vous écoutez, les problèmes auxquels ils font face et leurs préoccupations. Il s'agit de laisser les gens décider quelles informations partager selon leurs propres priorités. Il existe peut-être déjà des moyens pour votre organisation d'être à l'écoute des membres de la communauté, ou vous devrez peut-être développer de nouvelles opportunités.

Identifier les rumeurs n'est pas aussi simple que de poser des questions aux gens sur les rumeurs qu'ils ont entendues. Cela ne révélera pas nécessairement les rumeurs, parce que les gens peuvent par exemple croire qu'une rumeur est vraie et donc ne pas la considérer comme

une rumeur, ou ils peuvent ne pas vous faire suffisamment confiance pour en discuter avec vous.

L'un des facteurs les plus importants dans la façon d'écouter est la langue. Pour être vraiment à l'écoute d'une communauté et pour qu'elle puisse s'exprimer réellement, il est important de parler la langue dans laquelle elle se sent le plus à l'aise. La langue est importante parce qu'elle peut apporter une riche diversité de nuances, d'implications et de significations présumées. Vous devez savoir quelles langues les gens sont les plus à l'aise d'utiliser et vous assurer d'être capable de communiquer avec eux dans cette langue, ce qui peut signifier travailler indirectement par l'intermédiaire de collègues, partenaires ou autres intermédiaires de confiance.

Parler le bon langage et utiliser des formats de dialogue appropriés vous aidera à découvrir les rumeurs. Les conversations informelles et non structurées sont l'une des meilleures manières de créer des occasions d'écouter des rumeurs. Ils permettent à un membre de la communauté de dicter les sujets et le déroulement de la discussion. De telles conversations aident à établir la confiance et les relations en montrant que vous valorisez et respectez les opinions et les expériences de la communauté locale. Grâce à des relations de confiance et à des conversations moins formelles, les gens se sentiront en confiance et en sécurité pour partager leurs problèmes et leurs préoccupations. Très souvent, cela comprendra des rumeurs qu'ils ont entendues.

La façon dont vous interagissez déjà avec les groupes de la communauté pourrait vous donner l'occasion d'avoir de telles conversations. Discutez de la manière dont vos équipes, vos collègues et vos partenaires interagissent avec la communauté et comment ils écoutent actuellement les rumeurs. Ils les entendent probablement déjà, mais il se peut qu'ils ne les signalent pas. De même, les mécanismes existants tels que le mécanisme de plainte peuvent être un moyen de découvrir des rumeurs.

Une méthode efficace consiste à faire écouter aux membres de la communauté les rumeurs et à les partager avec vous¹⁹. La mise en place d'un réseau communautaire peut bien fonctionner, parce que les individus ont déjà confiance dans la communauté et qu'ils comprennent déjà le contexte religieux, social, culturel et politique. Le développement d'un nouveau réseau peut leur permettre de se concentrer uniquement sur l'écoute des rumeurs ; ils peuvent également fournir un canal à deux directions et vous aider à communiquer plus tard les résultats de votre vérification.

Assurez-vous de choisir des personnes qui représentent les divers groupes dynamiques au sein de la communauté - ceci vous permettra de développer un réseau qui s'étend au plus profond de la communauté. Pensez à identifier les groupes ou réseaux existants qui représentent déjà différents groupes dans la communauté, comme les groupes de femmes ou les groupes de jeunes.

Les membres du réseau doivent avoir de la crédibilité au sein de leur communauté, vous devez être certain que les gens leur font confiance. Vous devrez consacrer du temps à construire des relations avec votre réseau afin de renforcer la confiance et de permettre le flux des rumeurs.

La rumeur en action

RÉSEAUX COMMUNAUTAIRES D'INFLUENCEURS RÉDUISANT LE POUVOIR DES RUMEURS À PROVOQUER DES CONFLITS

Le Centre pour la diversité et l'harmonie nationale, une ONG de prévention des conflits au Myanmar, connaît le pouvoir des rumeurs pour inciter à la violence. Le Centre a établi un réseau communautaire d'individus afin d'identifier et d'atténuer les impacts de telles rumeurs.

Lorsqu'ils visitent une nouvelle communauté pour la première fois, ils rencontrent des groupes communautaires, comme des groupes de jeunes ou des groupes de femmes. Ils rencontrent également d'autres dirigeants officiels et informels de la communauté. Ces discussions leur permettent de comprendre qui sont les personnes qui influencent la communauté et qui seront disposées à travailler avec eux. En incluant une représentation diversifiée des groupes au sein du réseau, ils s'assurent qu'ils ne renforcent pas les structures de pouvoir existantes.

L'équipe centrale du programme contacte régulièrement les observateurs pour s'informer des rumeurs qu'ils ont entendues. L'équipe les vérifie ensuite en s'entretenant avec les parties prenantes concernées, et en effectuant une triangulation avec le monitoring des médias traditionnels et sociaux. Une fois l'information vérifiée, elle est partagée avec le réseau de surveillants communautaires pour permettre à ces derniers de partager des renseignements vérifiés et exacts avec la communauté.

Le projet pilote une application mobile pour connecter le réseau de moniteurs communautaires. L'idée permettrait aux membres du réseau d'interagir et de voir toutes les rumeurs, afin que la communauté puisse faire les vérifications par elle-même et s'auto-corriger.

¹⁹ Enria, *Power, fairness and trust: understanding and engaging with vaccine trial participants and communities in the setting up the EBOVAC-Salone vaccine trial in Sierra Leone*, 2016

Le tableau ci-dessous présente cinq canaux susceptibles d'exister dans les méthodes de travail de votre organisation afin d'entendre les rumeurs. Le tableau énumère les caractéristiques des canaux, les questions d'orientation et les actions possibles pour vous aider à profiter de cette opportunité. S'ils ne sont pas en place ou insuffisants, vous devrez

être plus proactif et créer de nouvelles occasions d'écouter. Une étape simple, par exemple, consiste à inclure une question ouverte à la fin de toute enquête, évaluation ou réunion que votre organisation mène pour entamer une conversation, par exemple : de quoi les gens parlent-ils?

Canaux existants	Questions à poser	Actions possibles
Personnel sur le terrain, personnel partenaire	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Le personnel parle-t-il la langue locale ou le dialecte dans lequel la communauté se sent le plus à l'aise ? ▶ Le personnel comprend-il l'importance des rumeurs ? ▶ Savent-ils ce quoi faire lorsqu'ils entendent une rumeur ou comment la signaler ? ▶ Sait-il comment poser des questions au sujet des rumeurs ? 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Discuter de l'importance des rumeurs pour construire une entente commune avec l'ensemble du personnel ▶ Former le personnel aux méthodes de conversation non structurées ▶ Si vous n'avez pas les compétences linguistiques nécessaires, envisagez de travailler avec un interprète ▶ Mettre en place un système de signalement des rumeurs au sein de votre organisation ▶ Ajouter les rumeurs à l'ordre du jour de vos réunions ▶ Collaborer avec d'autres collègues comme ceux qui travaillent sur la sécurité ou les chauffeurs, qui peuvent aussi être conscients des rumeurs qui circulent
Mécanisme de commentaires/ réclamations	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Que se passe-t-il ou que devrait-il se passer si le mécanisme identifie une rumeur ? ▶ Qui doit faire le suivi de la rumeur ? 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ajouter une classification « rumeur » dans la manière dont vous traitez les commentaires reçus ▶ Développer un dispositif de suivi des rumeurs : pour vous aider à vérifier et à participer ▶ Expliquer à la communauté qu'elle peut aussi utiliser le système de commentaires pour poser des questions ou partager des rumeurs
Réseaux ou groupes communautaires, p. ex. groupes de femmes	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Quels sont les réseaux existants ? ▶ Ont-ils la capacité d'écouter des rumeurs ? ▶ Comprennent-ils pourquoi les rumeurs sont importantes ? ▶ Savent-ils ce quoi faire lorsqu'ils entendent une rumeur ou comment la signaler ? 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Contacter les réseaux pour explorer les opportunités de partenariat ▶ Discuter de l'importance des rumeurs et des raisons pour lesquelles vous souhaitez travailler avec elles dans le cadre de votre programme ▶ Établir un système de signalement et de suivi des rumeurs
Médias locaux	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Votre organisation dispose-t-elle d'un point de focalisation et/ou d'une stratégie locale ? ▶ Quels médias vos groupes cibles écoutent-ils, lisent-ils ou regardent-ils ? ▶ De quel soutien les médias locaux ont-ils besoin ? 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Identifier un point focal susceptible d'impliquer les médias locaux ▶ Recenser les supports utilisés par vos groupes cibles ▶ Explorer les opportunités de partenariat avec lesquelles travailler afin d'identifier et de traiter les rumeurs ▶ Partager régulièrement les données de suivi - en interne comme en externe
Réseaux sociaux	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Votre organisation dispose-t-elle d'un point de focalisation et/ou d'une stratégie pour les réseaux sociaux ? ▶ Quels réseaux sociaux vos groupes cibles utilisent-ils ? ▶ L'organisation a-t-elle un compte sur les réseaux sociaux qui pourrait être utilisé ? 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Identifier un point focal capable de surveiller les réseaux sociaux ▶ Recenser les réseaux sociaux utilisés par vos groupes cibles ▶ Discuter avec vos groupes cibles qui sont des influenceurs communautaires sur les réseaux sociaux ▶ Développer un système de suivi de ces comptes pour commencer à écouter



La rumeur en action

LE DIALOGUE NON STRUCTURÉ AVEC LA COMMUNAUTÉ AIDE À IDENTIFIER ET TRAITER LES RUMEURS

Action contre la faim dans l'État de Rakhine, au Myanmar, s'est aperçu que différentes communautés étaient visitées par différents membres du personnel à différents jours pour discuter de différentes questions. Ils ont décidé que ce procédé était inefficace et fatigant pour la communauté. Leur réponse a été de consolider la portée du projet par le biais d'une équipe dévouée. L'équipe a mobilisé les communautés, noué des relations et a été mieux à même de partager les informations et les messages du programme avec la communauté. Grâce à un engagement créatif régulier et à des conversations non structurées, les équipes ont bâti la confiance et gagné le respect des communautés. Souvent, ils entendaient des rumeurs et pouvaient les corriger directement, ou trouver les véritables informations et les transmettre à la communauté. Par exemple, une rumeur affirmait que Plumpy'Nut (une pâte thérapeutique à base de beurre d'arachide utilisée pour traiter la malnutrition) était interdite par la loi islamique. Action contre la Faim a été en mesure d'identifier cette rumeur et a réagi en rencontrant les chefs religieux et en discutant de la fabrication et de l'utilisation de la pâte. Les chefs religieux ont ensuite partagé cette information avec leurs communautés, en approuvant son utilisation et en veillant à ce que les enfants souffrant de malnutrition puissent avoir accès à ce service salvateur.

Photo: iStock/Ashley Wiley

Éléments à prendre en considération

- ▶ Les gens peuvent être réticents à l'idée de partager des rumeurs avec des personnes en qui ils n'ont pas confiance - essayez toujours de construire la manière dont vous écoutez les rumeurs autour de relations de confiance existantes.
- ▶ Il se peut que vous deviez former les personnes qui écoutent les rumeurs. Assurez-vous qu'ils connaissent le genre d'information que vous recherchez et pourquoi, afin qu'ils puissent l'expliquer à la communauté.
- ▶ Existe-t-il des groupes avec lesquels vous pourriez établir des partenariats, tels que la société civile, les médias locaux, les groupes communautaires, les enseignants ou les agents de santé ?

La rumeur en action

LES RUMEURS PEUVENT METTRE EN ÉVIDENCE DES PROBLÈMES AVEC DES PROGRAMMES

En Irak, le Centre d'information de l'IDP, communément appelé « centre d'appel », est un mécanisme de responsabilisation inter-organismes qui rassemble les commentaires et les questions de la communauté affectée au nom de toutes les organisations travaillant sur la réponse. En mars 2017, le centre d'appel a traité une rumeur portant sur un problème de distribution alimentaire dans l'un des camps. La rumeur était suffisamment grave pour que les habitants du camp menacent de protester. Le centre d'appel a effectué un suivi auprès de l'organisation concernée, qui a enquêté sur le problème, exposant un véritable problème de distribution avec un partenaire d'exécution. L'agence a rapidement résolu l'affaire, signalant la cause du problème et les mesures correctives entreprises pour sa résolution au centre d'appel. L'opérateur du centre d'appels qui avait pris en charge l'appel initial a transmis cette information à l'appelant qui avait signalé la rumeur pour la première fois. L'appelant était extrêmement reconnaissant de pouvoir fournir des informations en retour, capables de modifier la façon dont les programmes étaient offerts.

La rumeur en action

RÉSEAUX COMMUNAUTAIRES VIRTUELS ET RÉELS POUR LA PROTECTION DES RÉFUGIÉS

Au Liban, l'Agence des Nations Unies pour les réfugiés (HCR) a créé une série de groupes Facebook gérés par des réfugiés pour les réfugiés afin d'aider au partage des informations et de surveiller les rumeurs. Actuellement, les groupes comptent plus de 100 000 membres. Les groupes corrigent eux-mêmes les rumeurs et les informations erronées et, lorsqu'ils ne le peuvent pas, ils demandent au HCR de clarifier les choses. Ce réseau en ligne est complété par un réseau physique de points focaux et de volontaires de proximité, qui veille à ce que l'information circule entre la communauté et le HCR. Lorsqu'une rumeur frauduleuse présentant un risque circule dans la communauté, le HCR va activer son « bouclier anti-fraude ». Le bouclier utilise des outils d'information et de communication pertinents pour corriger la rumeur, y compris des avis dans les centres d'accueil, des activités de sensibilisation communautaire en personne, des messages Facebook, des cascades d'arbres de communication WhatsApp et des SMS. Ce système permet de corriger les rumeurs en quelques heures et de s'assurer que la communauté peut prendre des décisions éclairées pour son avenir en se basant sur des informations exactes et vérifiées.

Créer un registre des rumeurs

Quoi que vous choisissiez d'écouter, il peut être très utile de documenter les rumeurs que vous entendez dans le cadre du processus de signalement. La bonne pratique consiste à documenter les rumeurs dans un « registre des rumeurs », un registre ou un tableur électronique qui vous permet d'enregistrer les détails des rumeurs, de les classer (comme nous le verrons plus loin dans la présente section) et de noter les mesures subséquentes entreprises. Tenir un registre des rumeurs vous permettra d'analyser les tendances, les modèles et les problèmes récurrents ainsi que de partager des informations avec d'autres organisations travaillant dans la communauté (voir la dernière section sur la coordination). Les rumeurs étant une forme de retour d'informations, si vous disposez d'un mécanisme de retour et de réclamations, il est possible d'y intégrer le registre des rumeurs plutôt que de tenir un journal distinct.



Photo : iStock/J Carillet

Registre des rumeurs (exemple)

Date	Lieu	Rumeur	Canal	Notation du risque	Statut de vérification	Activités d'engagement	Suivi des résultats
<i>Quand la rumeur a-t-elle été entendue ?</i>	<i>Où a-t-elle été entendue ?</i>	<i>Détails de la rumeur</i>	<i>Comment la rumeur a-t-elle été entendue ?</i>	<i>Faible Moyen Élevé</i>	<i>Vraie Fausse</i>	<i>Détails de qui, quoi, quand et comment vous impliquez la communauté</i>	<i>La rumeur a-t-elle cessé ?</i>
1/15/14	Tacloban, Philippines	Un autre typhon allait frapper la ville encore plus fort que Haiyan	Au cours de la sensibilisation des communautés sur les raisons pour lesquelles les gens n'envoyaient pas leurs enfants à l'école	Moyen	Fausse	Radio Abante a commencé à diffuser des prévisions météorologiques régulières pour aider les gens à se sentir confiants d'envoyer leurs enfants à l'école.	Le groupe dévoué à l'éducation a signalé une augmentation du nombre d'enfants scolarisés

Décider quand réagir

Selon leurs conséquences potentielles, toutes les rumeurs ne nécessiteront pas nécessairement une réponse. Une rumeur au sujet d'une pop star en visite ne nécessiterait probablement pas de réponse, mais une rumeur sur les pratiques de recrutement déloyales d'une organisation en aurait bien besoin afin d'éviter toute manifestation en représailles.

Le risque posé par une rumeur devrait être le facteur clé de votre décision de réagir. Ce risque dépend de deux facteurs : la gravité des conséquences potentielles et la probabilité que ces conséquences se produisent. Vous devrez tenir compte de ces deux facteurs pour décider quand réagir.

Vous trouverez ci-dessous un tableau de questions d'orientation afin de mieux évaluer

les conséquences potentielles d'une rumeur, ainsi que des rumeurs illustratives et des exemples de conséquences de ces rumeurs. Parcourez ces questions pour mieux réfléchir à l'impact possible d'une rumeur.

Une fois que vous avez évalué les conséquences potentielles, vous pouvez catégoriser la rumeur : qualifiez la rumeur comme ayant des conséquences mineures, modérées ou majeures en fonction de leur capacité à nuire.

Il vous faut également évaluer la probabilité que la rumeur ait les conséquences que vous avez énumérées. Même si une rumeur peut avoir des conséquences importantes, si elle est extrêmement improbable, il vaudra peut-être mieux que vous concentriez vos efforts sur d'autres problèmes.

Questions pour évaluer les conséquences potentielles	Exemple de rumeurs et de leurs conséquences potentielles
Pourrait-elle être nuisible ?	« Vous devez percer votre radeau avant d'arriver ou ils vous renverront » Cette rumeur pourrait causer des blessures ou la mort.
Peut-elle empêcher les personnes d'accéder aux services ?	« La nourriture distribuée est empoisonnée » Pourrait conduire les gens à ne pas manger et souffrir d'un manque de nutrition
Peut-elle provoquer des conflits ?	« La tribu rivale nous attaquera à l'aube » Cette rumeur pourrait conduire à des attaques préventives ou à des mouvements de population approfondissant les divisions existantes
Peut-elle conduire à un comportement risqué ?	« Manger du sel iodé vous protège contre les empoisonnements dus aux rayonnements » Cette rumeur pourrait entraîner un faux sentiment de protection contre les radiations, l'hypertension et les risques sanitaires associés
Pourrait-elle mettre certains groupes en danger ?	« Avoir des rapports sexuels non protégés avec une personne vierge vous guérira du SIDA » Cette rumeur pourrait entraîner une hausse des cas de viol d'enfants ou de jeunes
Pourrait-elle mettre vos collaborateurs, vos partenaires ou la communauté en danger ?	« Cette organisation fait passer des immigrants illégaux dans le pays » Cette rumeur pourrait conduire à des manifestations et/ou à des problèmes d'accès
Peut-elle présenter un risque significatif pour la réputation ?	« Cette organisation est corrompue, regarde les grosses voitures qu'ils conduisent tous » Cette rumeur pourrait conduire à des manifestations et/ou à des problèmes d'accès

Votre évaluation de la probabilité sera fondée sur des questions et des observations propres au contexte. Demandez-vous par exemple :

- ▶ Cette rumeur a-t-elle déjà donné lieu à la réalisation des conséquences potentielles ?
- ▶ D'un point de vue historique, comment les gens ont-ils réagi à ce genre de rumeur ?
- ▶ Quelle est la vitesse de propagation de la rumeur ? Quelle est son ampleur géographique ?
- ▶ Qui est la source signalée de la rumeur ? Est-ce une source que les gens ont tendance à croire ?

Il y aura d'autres facteurs que vous devrez prendre en considération et qui seront propres à votre contexte, comme le paysage politique ou économique. Afin de compléter votre évaluation de probabilité, classez la rumeur comme ayant des conséquences probables, possibles ou improbables.

En fonction de votre évaluation de la gravité des conséquences potentielles (mineure, modérée ou majeure) et de la probabilité que les conséquences se produisent (probables,

possibles ou improbables), vous pouvez maintenant déterminer si la rumeur est faible, moyenne ou élevée. L'utilisation d'une matrice telle que celle présentée peut être utile pour visualiser ce point.

Il peut être utile de répéter l'exercice pour différents segments de la communauté, car la généralisation de l'évaluation peut négliger le fait qu'une rumeur pourrait présenter un risque grave pour certains groupes.

N'oubliez pas de réaliser tout au moins votre analyse en différenciant le risque pour les femmes, les hommes, les garçons et les filles et en tenant compte de facteurs tels que l'âge, le handicap et les groupes marginalisés connus.

Maintenant que vous avez compris le niveau de risque, vous pouvez décider quelles rumeurs nécessitent une réponse, qui peut être entreprise par votre propre organisation ou en partenariat avec d'autres organisations ou groupes. Répondre à une rumeur implique d'abord de vérifier la rumeur, puis d'inciter la communauté à partager des informations vérifiées sur le sujet.

		Conséquences		
		Mineures 3	Modérées 2	Majeures 1
Probabilité	Probable A			
	Possible B			
	Improbable C			

Principales	Vert Risque faible	Jaune Risque moyen	Rouge Risque élevé
-------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Éléments à prendre en considération

- ▶ **Idéalement, le système permettant de décider de la façon de réagir devrait être en place avant que vous ne commenciez à écouter, de sorte que vous puissiez facilement prendre la décision après avoir entendu une rumeur.**
- ▶ **Discuter des rumeurs avec votre équipe ou vos collègues peut vous donner des perspectives et des aperçus différents, ce qui peut permettre une évaluation plus précise des risques.**
- ▶ **Votre décision ne devrait pas être influencée par l'ampleur de la rumeur - il suffit qu'une seule personne entende une rumeur pour causer des souffrances et les rumeurs peuvent se répandre rapidement. Vous devez toujours fonder votre décision sur votre évaluation des risques.**
- ▶ **Il se peut que vous deviez transmettre la rumeur à une organisation partenaire (si une rumeur les concerne) ou aux autorités locales, à un groupement ou à un autre organe de coordination, si l'impact potentiel dépasse celui de votre seule organisation.**

Vérier...

Résumé

La vérification consiste à découvrir les faits qui sous-tendent une rumeur. Pour ce faire, vous devez :

- ▶ Identifier où et avec qui vérifier les faits.
- ▶ Trianguler ces faits en vérifiant auprès de plus d'une source, en s'assurant qu'elles sont fiables et indépendantes les unes des autres.
- ▶ Comprendre les problèmes et les préoccupations mis en lumière par la rumeur et les raisons pour lesquelles celle-ci existe, afin d'éclairer la façon dont vous élaborerez plus tard votre stratégie d'engagement communautaire face à la rumeur.

Si vous avez identifié une rumeur, déterminé que le risque est suffisant pour que vous preniez des mesures, vous devrez d'abord la vérifier. La vérification consiste à découvrir la vérité qui se cache derrière la rumeur et les causes possibles. Comprendre pourquoi une rumeur est apparue en premier lieu vous aidera à déterminer la façon d'y faire face.

Identifier les sources d'information fiables

Afin de vérifier la véracité d'une rumeur, il faut vérifier les faits qui la sous-tendent auprès de sources d'information crédibles. Il peut s'agir de sources écrites, par exemple des lois, des règles, des politiques, des fiches d'information ou des personnes ayant une expérience directe et/ou une connaissance approfondie du sujet.

Par exemple, un médecin serait le mieux placé pour donner des conseils sur la façon dont certaines maladies se propagent, ou l'unité locale de gestion des catastrophes pourrait être la mieux à même de donner des conseils sur les droits à indemnisation.

Si vous utilisez des sources écrites, les éléments à prendre en considération devraient inclure :

- ▶ Le document est-il récent ? Est-il toujours exact et pertinent ?
- ▶ Où a-t-il été publié ? Est-ce une publication crédible ?
- ▶ Qui l'a écrit ? Quelles sont les qualifications, motivations ou biais de la personne ?
- ▶ Est-il clair ? Contribuerait-il à expliquer la situation à la communauté ?

Il est important de prendre en considération comment ils ont acquis ces connaissances ; n'ayez pas peur de le leur demander. Vous ne voulez pas l'opinion de quelqu'un ; vous voulez les faits, il est donc utile de tenir compte des qualifications, du poste, des intérêts et des préjugés d'une personne.

Découvrir les faits et trianguler

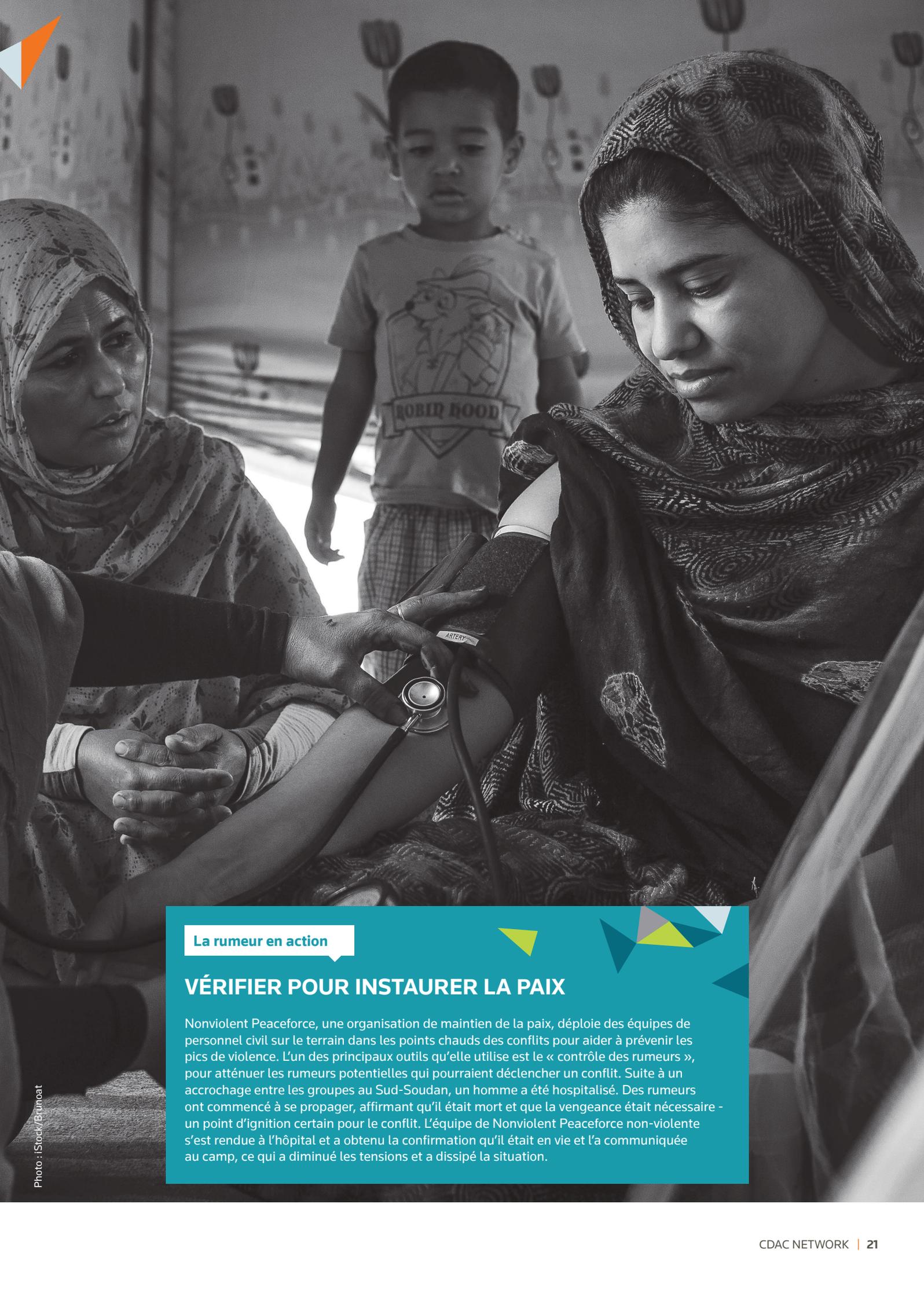
Si vous vous adressez directement à une source, vous devez connaître les faits et vous assurer de leur exactitude. Vous trouverez ci-dessous une série de mesures qui peuvent vous guider.

1. Expliquez à votre contact que vous vérifiez une rumeur, qui peut ou non être vraie, et expliquez la rumeur que vous avez entendue.
2. Demandez-leur ce qui est vrai/faux²⁰ à propos de la rumeur et de dire en termes simples les faits et la manière dont ils en ont connaissance.
3. Demandez toute documentation à l'appui, ou où les membres de la communauté pourraient obtenir plus d'informations.
4. Répétez-leur ce que vous avez entendu pour vérifier que vous avez bien compris. Vous devriez terminer avec une compréhension claire des faits - si vous n'êtes pas certain, posez-leur à nouveau des questions.

Il est bon de trianguler les informations que vous recueillez. Trianguler signifie vérifier auprès d'au moins trois sources différentes. Si chacune d'entre elles fournit les mêmes informations, il est plus probable qu'elles soient correctes.

Assurez-vous de choisir avec soin les personnes avec qui vous vérifiez les informations - il doit s'agir des bonnes personnes à interroger d'un point de vue technique, et elles devraient être

²⁰ Une rumeur est souvent un mélange d'éléments vrais et faux



La rumeur en action

VÉRIFIER POUR INSTAURER LA PAIX

Nonviolent Peaceforce, une organisation de maintien de la paix, déploie des équipes de personnel civil sur le terrain dans les points chauds des conflits pour aider à prévenir les pics de violence. L'un des principaux outils qu'elle utilise est le « contrôle des rumeurs », pour atténuer les rumeurs potentielles qui pourraient déclencher un conflit. Suite à un accrochage entre les groupes au Sud-Soudan, un homme a été hospitalisé. Des rumeurs ont commencé à se propager, affirmant qu'il était mort et que la vengeance était nécessaire - un point d'ignition certain pour le conflit. L'équipe de Nonviolent Peaceforce non-violente s'est rendue à l'hôpital et a obtenu la confirmation qu'il était en vie et l'a communiquée au camp, ce qui a diminué les tensions et a dissipé la situation.



indépendantes les unes des autres. Si les trois sources sont en désaccord, vous devrez vérifier auprès d'autres sources et peut-être revoir la façon dont vous les choisissez.

Le processus de vérification jusqu'alors aurait dû vous permettre de savoir quels éléments de la rumeur étaient vrais ou faux. Si vous tenez un registre des rumeurs, vous pouvez ajouter le résultat de vérification pertinent.

Mieux comprendre la rumeur

Comprendre ce qui a déclenché une rumeur vous donne la possibilité d'en traiter les causes profondes. Par exemple, il se peut que ce soit quelque chose que votre organisation a fait, ou qu'elle n'a pas expliqué correctement et qui doit être traité afin de mettre fin à la rumeur récurrente.

Une rumeur peut être propagée par un groupe d'individus influents, de sorte qu'une collaboration directe avec ce groupe pourrait régler le problème. Les rumeurs peuvent illustrer les tensions et les angoisses ressenties par les gens de la communauté ; réfléchir à ce que la rumeur peut vous dire à ce sujet peut approfondir votre compréhension des problèmes

et des préoccupations qui affectent la communauté.

Idéalement, vous devriez discuter de la cause d'une rumeur avec les gens de la communauté eux-mêmes, ou par l'entremise du réseau communautaire si vous avez déjà travaillé avec eux.

Cela n'est toutefois pas toujours possible, auquel cas vous pouvez discuter des causes sous-jacentes avec vos collègues ou partenaires. Les questions du tableau constituent un guide utile pour la discussion.

Répondre à ces questions vous aidera à mieux comprendre le contexte, les problèmes et les préoccupations que les gens pourraient avoir. Cela vous aidera à ancrer les faits dans la réalité de la situation à laquelle est confrontée la communauté, ce qui vous aidera à mieux décider comment l'impliquer.

Parfois, il n'est pas possible de déterminer facilement pourquoi une rumeur existe. Même si vous n'y arrivez pas, vous pouvez toujours trouver des moyens efficaces de faire taire la rumeur quand vient le temps de faire participer la communauté.



Éléments à prendre en considération

- La documentation à l'appui est-elle accessible et compréhensible pour la communauté ? Dans le cas contraire, vous devrez peut-être envisager de la développer.



Identifier les causes possibles d'une rumeur

Questions pour la discussion	Liens avec la rumeur
Un événement inhabituel s'est-il produit dans la communauté ?	► Les malentendus au sujet d'activités inattendues dans une communauté peuvent déclencher des rumeurs.
Un groupe de personnes est-il tombé malade ?	► Un regroupement de malades peut déclencher des rumeurs sur la cause de la maladie
Des articles de secours ont-ils été distribués ?	► Les distributions peuvent souvent déclencher des rumeurs sur les critères de sélection ou le favoritisme.
Y a-t-il eu un changement dans la programmation ? Un tel changement est-il prévu ?	► Les changements peuvent conduire à des rumeurs d'arrêt de l'aide humanitaire, à des rumeurs affirmant que les organisations de lutte contre la corruption manquent d'argent, ou encore à des rumeurs selon lesquelles la communauté a été « rejetée » en raison de son appartenance ethnique ou religieuse.
Une activité de sensibilisation a-t-elle diffusé un nouveau message ?	► Un message mal communiqué peut donner lieu à des malentendus, ce qui engendre des rumeurs
Des personnes de la communauté pourraient-elles profiter de la rumeur ?	► Les gens peuvent répandre une rumeur pour leur gain économique ou politique personnel



Résumé

Afin d'utiliser des informations vérifiées pour engager une communauté à propos d'une rumeur, vous devriez :

- ▶ Définir vos publics cibles, développer et livrer un nouveau récit afin de remplacer la rumeur.
- ▶ Utiliser la langue que vos groupes cibles utilisent le mieux.
- ▶ Utiliser les canaux de communication et citer des sources d'information auxquelles vos groupes cibles font déjà confiance, ou les développer.
- ▶ Vérifier que les messages et le nouveau récit sont entendus, compris et crus.

Mobiliser...

Une fois que vous avez écouté et vérifié une rumeur, vous devez encourager la communauté à partager l'information vérifiée. Cet engagement avec des informations vérifiées permet aux gens de faire des choix éclairés. Mobiliser la communauté vous permet de transmettre un message et vous donne une autre occasion d'écouter et de poursuivre le dialogue.

Développer une nouvelle narration

Assurez-vous de savoir quelle langue ou quel dialecte vos groupes cibles parlent avec le plus d'aisance - rappelez-vous que cela peut varier selon les différents groupes d'une communauté. Par exemple, les groupes ayant un faible niveau d'éducation peuvent préférer parler une langue ou un dialecte différent de celui des personnes instruites de la communauté.

Le simple fait de nier, de confirmer ou d'ignorer la rumeur ne changera probablement pas ce que les gens croient. Il ne s'agit pas non plus de fournir simplement les faits qui sous-tendent la rumeur, car les rôles émotionnels complexes susceptibles d'être joués par les rumeurs peuvent l'emporter sur les faits. Vous devez développer un nouveau récit, qui soit suffisamment convaincant pour remplacer la rumeur originale.

Ce nouveau récit sera transmis au moyen d'un message ou d'une série de messages selon la complexité de la rumeur et du contexte. Par exemple, le message peut être quelque chose de relativement simple, en incluant des informations supplémentaires dans les sessions de sensibilisation communautaire existantes d'un agent de santé, ou il peut exiger une intervention à plus long terme, plus complexe et plus gourmande en ressources, comme une vaste campagne de communication sur le changement de comportement.²¹

En fonction de la complexité, vous devrez peut-être entreprendre des travaux supplémentaires pour mieux comprendre le contexte de la rumeur, y compris la culture, les croyances, les pratiques et les connaissances des gens pour afin d'étayer le nouveau récit.

Cela peut se faire au moyen d'une enquête sur les connaissances, les attitudes et les pratiques²² ou d'autres méthodes de recherche. Pour ce faire, il peut être extrêmement utile de vous coordonner ou d'établir un partenariat avec d'autres organisations ou groupes qui vous aideront à développer vos messages ou

à atteindre vos groupes cibles.

Par exemple, un partenariat avec une agence de développement médiatique pourrait aider à créer du contenu basé sur des informations vérifiées, conviviales et sans jargon. Les partenariats seront évoqués plus en détail ultérieurement.

Développer des messages efficaces

Au cœur de votre nouveau récit figurera un message ou une série de messages, et il est essentiel de veiller à ce qu'ils soient efficaces pour que les gens comprennent, croient et agissent en fonction de l'information de ces messages. Tout aussi important que le développement, il est essentiel de tester le message pour s'assurer qu'il n'engendre pas plus de confusion ou d'incompréhension, ce qui pourrait conduire à de nouvelles rumeurs.

Des moyens efficaces pour créer des messages appuyant votre nouveau récit consistent à :

- ▶ **Rester simple** – les faits seront plus susceptibles d'être mémorisés
- ▶ **Utiliser des visuels** – les images et les graphiques peuvent être efficaces pour mettre un terme à une rumeur
- ▶ **Exprimer un message positif** – les messages positifs sont plus susceptibles d'être mémorisés
- ▶ **Adapter votre message** – à vos groupes cibles dans la communauté
- ▶ **Être opportun** – une rumeur peut voyager rapidement et votre contre-message doit être livré le plus rapidement possible
- ▶ **Inclure des informations pratiques** – ce que les gens peuvent faire différemment lorsqu'ils entendent le ou les messages et des affichages – sur lesquels les gens peuvent obtenir des informations supplémentaires
- ▶ **S'assurer d'être cru** – attribuer l'information à une source de confiance au sein de la communauté.²³

Vous devriez toujours tester vos messages avant de les utiliser, pour vous assurer que les gens les comprennent et les croient. Si le message doit encourager les gens à agir d'une manière

²¹ Voir par exemple l'approche de l'UNICEF https://www.unicef.org/cbsc/index_65736.html [consulté le 18 mai 2017]

²² Une enquête sur les connaissances, les attitudes et les pratiques (*Knowledge, Attitudes and Practices, KAP*) est une méthode quantitative (questions prédéfinies formées dans des questionnaires standardisés) qui fournit des informations quantitatives et qualitatives.

²³ Adapté de Lewandowsky, *The Debunking Handbook*, 2011

FREE DOCTOR

پزشک رایگان
الطبيب المجاني



WC and Showers

دوشخانه و حمام
حمامات و مراحيض



Drinkable water

آب آشامیدنی
ماء صالح للشرب



Eau potable

Éléments à prendre en considération

- ▶ **Faites très attention à ne pas répandre une rumeur lorsque vous essayez de vérifier une.**
- ▶ **Ne passez pas trop de temps à évaluer les motivations externes expliquant l'apparition ou la diffusion d'une rumeur. Essayez simplement d'identifier ce qui a déclenché la rumeur afin de déterminer la meilleure façon de réagir.**

ou d'une autre, vérifiez qu'il est effectivement réalisable pour vos groupes cibles. Un message mal conçu ou mal communiqué peut créer des rumeurs supplémentaires et faire plus de mal.

Idéalement, vous devriez tester le message auprès des membres de votre groupe cible dans la communauté. Si ce n'est pas possible, vous pouvez tester le message auprès de collègues ou de partenaires, de préférence ceux qui n'ont pas connaissance du sujet.

Lorsque vous testez les messages, utilisez le même canal que vous utiliserez dans le cadre de la communication avec la communauté. Par exemple, si vous prévoyez de communiquer avec la communauté par SMS, pensez à partager l'ébauche du message avec votre groupe test sur un téléphone pour rendre le test aussi réaliste que possible.

Avec votre groupe de testeurs de messages, passez en revue les questions suivantes pour savoir si votre message est bien conçu :

- ▶ Si vous deviez transmettre le message à quelqu'un, que dirait-il ?
- ▶ Quelles parties du message n'ont pas de sens ?
- ▶ Avez-vous des questions sur le contenu ?
- ▶ Croyez-vous au message ?
- ▶ Quelles mesures pouvez-vous prendre à présent grâce au message ?
- ▶ Qu'est-ce qui vous a plu dans le message ? Quelles sont les choses que vous n'avez pas aimées ?

Décider de faire référence ou non à la rumeur d'origine

Vous devrez décider s'il vous faut mentionner la rumeur originale dans votre message, ce qui présente des avantages et des inconvénients.

L'inclusion de la rumeur originale peut signifier qu'il est plus facile de cibler les personnes qui ont entendu ou cru cette rumeur ; cela peut vous permettre de signaler clairement que la rumeur est fautive et permettre aux gens de corriger eux-mêmes la rumeur s'ils l'entendent de nouveau à l'avenir.

Cependant, il y a aussi des inconvénients à citer la rumeur originale, comme le fait de renforcer ou de répandre la rumeur par inadvertance, ou de « surcompléter » votre message avec trop de contenu, ce qui le rend plus difficile à comprendre ou à mémoriser avec exactitude. Si vous décidez de citer la rumeur, vous devrez l'étiqueter clairement comme une rumeur et immédiatement énoncer les faits qui la contredisent.

Vous devrez évaluer quelle approche correspond au contexte. Il n'y a pas une seule approche « correcte » ; les différentes agences humanitaires adoptent des approches différentes. L'approche Internews, décrite dans l'étude de cas suivante, utilise des citations directes.

Une autre approche consiste à formuler la rumeur en tant que question, ce qui peut vous aider à soulever la question sans craindre de répandre la rumeur.

Utiliser les bons canaux de communication

Un canal de communication est la manière dont un message est partagé - comme une émission de radio, une affiche, un SMS ou un groupe de discussion.

Il est essentiel de faire participer la communauté par des moyens qu'elle utilise déjà et en lesquels elle a confiance, afin de transmettre un message qu'elle croira.

La rumeur en action

POSER UNE QUESTION PLUTÔT QUE PARTAGER UNE RUMEUR

En mars 2016, le gouvernement grec a demandé à l'Organisation internationale pour les migrations (OIM) de l'aider à réprimer une rumeur parmi les communautés de réfugiés. La rumeur disait que s'ils inscrivaient leurs enfants à l'école grecque, les réfugiés ne seraient pas éligibles au programme de relocalisation de l'UE. Comprenant que la communauté ferait davantage confiance aux autres réfugiés, l'OIM a créé une vidéo de témoignages de réfugiés qui avaient inscrit leurs enfants à l'école et qui faisaient partie du programme de relocalisation. Plutôt que de mentionner directement la rumeur, ils l'ont reformulée comme une question : « Puis-je inscrire mes enfants à l'école et être éligible au programme de relocalisation de l'UE ? »

²⁴ <https://www.fema.gov/news-release/2016/11/07/rumor-control-fema-disaster-assistance-concerns-answered-1> [consulté le 14 mai 2017]

DONNEZ UN NOM À LA RUMEUR

En cas d'urgence, la Federal Emergency Management Agency (FEMA) des États-Unis héberge sur son site Web une page²⁴ consacrée aux rumeurs concernant le contrôle de l'agence. Chaque rumeur est clairement énoncée, ainsi que les faits qui la sous-tendent.

Si vous ne savez pas déjà quels canaux de communication vos groupes cibles utilisent et en qui ils ont confiance, vous devez le découvrir. Rappelez-vous que cela peut changer après une catastrophe. Vérifier les données existantes disponibles et, si cela est nécessaire, procédez à une évaluation rapide. Deux outils sont disponibles pour cela :*

- ▶ **Évaluation des besoins et de l'accès à l'information et aux communications :** Un guide rapide et facile du CDAC et du Projet de capacités d'évaluation (ACAPS), qui fournit des questions sur les besoins en information et l'accès à l'information, les sources d'information fiables et des conseils sur la façon d'utiliser l'information recueillie.
- ▶ **Cartographie des écosystèmes d'information** d'Internews, qui fournit une analyse plus complète au moyen d'une série de questions

sur huit éléments des flux d'information et de communication communautaires, y compris les canaux et sources d'information fiables.

L'utilisation de différents canaux peut vous aider à renforcer votre message et à atteindre différents publics. Les hommes, les femmes, les garçons et les filles peuvent obtenir leurs informations par différents canaux, et ne font pas nécessairement confiance aux mêmes. Dans la mesure du possible, privilégiez les canaux à double direction qui peuvent vous permettre de recevoir des nouvelles de la communauté, ce qui vous aidera à savoir si votre message est bien compris.

La confiance est un élément essentiel. Transmettre un message via un canal de confiance et à partir d'une source fiable peut avoir un impact considérable sur l'efficacité de ce message. Par exemple, lorsque votre

LA PORTÉE MONDIALE DES MÉDIAS SOCIAUX RÉDUIT LES RISQUES ET PRÉVIENT LES NUISANCES EN CAS DE CRISE

L'Organisation mondiale de la Santé (OMS) surveille régulièrement les médias sociaux et traditionnels. Après le tremblement de terre et le tsunami au Japon et pendant la crise nucléaire de Fukushima qui a suivi, l'OMS a écouté les rumeurs qui se propageaient via Twitter et Facebook. Selon ces rumeurs, la consommation de grandes quantités de sel iodé ou la consommation d'un nettoyant iodé prévu pour les plaies auraient pu protéger les gens contre l'exposition aux radiations. Les médias ont rapporté des achats paniqués dans les supermarchés japonais et chinois. Après avoir estimé que ces deux pratiques étaient dommageables, l'OMS a réagi. Après avoir vérifié que les rumeurs étaient fausses, l'OMS a engagé la communauté sur Twitter et Facebook. Elle a expliqué que ni le sel iodé ni le produit nettoyeur de plaies à base d'iode ne les protégeraient et qu'en fait, ces produits leur feraient du mal. L'OMS a également dit aux gens de suivre les conseils de leur gouvernement sur la sécurité. Les messages ont été largement reweetés, partagés et aimés - y compris le récit du Premier ministre japonais. Cela a permis à l'OMS d'engager rapidement un grand nombre de personnes et de partager l'information vérifiée, ce qui à son tour a permis de s'attaquer rapidement à la fausse rumeur. L'impact fut immédiat ; dès le lendemain, des files d'attente se formèrent à l'extérieur des supermarchés en Chine et au Japon, les gens retournant le sel et le nettoyant de plaies qu'ils avaient acheté en vrac.

*Voir page 42, Ressources supplémentaires.

La rumeur en action

LE POUVOIR DES MÉDIAS LOCAUX POUR LA MOBILISATION DES COMMUNAUTÉS

BBC Media Action a utilisé la radio pour faire face à l'épidémie d'Ebola. Kick Ebola Nar Salone (« Débarassez Sierra Leone d'Ebola ») était une émission de 30 minutes produite chaque semaine, diffusée trois fois par semaine sur 35 stations partenaires à travers le pays. Le programme transmettait des informations vérifiées et traitait directement les rumeurs et les informations erronées. Dans le cadre d'un programme, un fonctionnaire du ministère de la Santé a été interrogé afin d'aider à contrer la fausse rumeur selon laquelle la consommation d'une noix amère de Kola pouvait guérir le virus Ebola.

La rumeur en action

UTILISER LES RÉSEAUX COMMUNAUTAIRES POUR ÉCOUTER, VÉRIFIER ET MOBILISER

Les massacres interethniques dans le delta de Tana, au Kenya, en 2013, ont été alimentés par la rumeur et la méfiance. En réponse, le Projet Sentinel a lancé Una Hakika (Swahili pour « Êtes-vous sûr ? »). Le projet permet de contrer les rumeurs en fournissant des renseignements exacts et impartiaux aux collectivités, grâce à un réseau d'ambassadeurs communautaires formés. Le projet fait appel à des réseaux communautaires pour écouter, vérifier et mobiliser.

- ▶ **Écouter** - Les abonnés d'Una Hakika peuvent rapporter les rumeurs qu'ils entendent par SMS, appels vocaux ou en parlant à l'un des quelque 200 ambassadeurs communautaires bénévoles formés présents dans 16 villages.
- ▶ **Vérifier** - la communauté est souvent la mieux placée pour assurer la vérification. Les ambassadeurs communautaire d'Una Hakika vérifient les rumeurs en contactant les membres de la communauté ou en enquêtant eux-mêmes pour découvrir la vérité.
- ▶ **Mobiliser** - comporte des stratégies pour contenir et contrer les fausses informations au niveau de la communauté avant qu'elles ne puissent se propager et causer du tort. C'est là que des partenaires communautaires tels que les chefs, les anciens, les leaders des jeunes et les représentantes des femmes seront essentiels.

Une évaluation du projet a permis de constater que l'accès des gens à une information opportune et exacte s'était amélioré, que le projet avait réduit les tensions intercommunautaires et qu'il était devenu l'une des sources d'information les plus fiables de la collectivité.

groupe cible est constitué de ménages dirigés par des femmes et que vous avez déterminé que ces dernières écoutent la radio (la chaîne) pour obtenir des informations et qu'elles font confiance aux sages-femmes (la source). Grâce à ces informations, vous pouvez associer la source et le canal dans une émission de radio chat avec des questions et réponses afin d'atteindre vos groupes cibles avec un nouveau récit qu'ils sont plus susceptibles de croire.

Selon le contexte, il peut ne pas être possible de toucher tout le monde dans une zone ou de

les atteindre directement. Pensez que votre message pourrait toucher la communauté plus large en ciblant un groupe plus petit de personnes de confiance, qui pourraient le partager plus largement. Travailler avec des groupes comme les anciens de la communauté, les chefs religieux ou les travailleurs d'approche communautaire. Rappelez-vous qu'atteindre les femmes, les hommes, les garçons et les filles peut nécessiter une approche différente ou multidimensionnelle.

La rumeur en action

L'EXPÉRIENCE DIRECTE PEUT ÊTRE LE MESSAGE LE PLUS PUISSANT DE TOUS

L'Organisation internationale pour les migrations (OIM) a profité du pouvoir des témoignages pour contrer la désinformation dans les pays d'origine des migrants, comme le Niger. L'OIM a écouté les rumeurs diffusées par les trafiquants d'êtres humains selon lesquelles tout était gratuit en Europe.

La désinformation a souvent été renforcée par des images trafiquées de réfugiés qui avaient migré en Europe, photographiés avec de grandes voitures et de belles maisons. L'OIM a discuté de cette question avec les communautés - en particulier pour savoir à qui, selon elle, disait la vérité. Les membres de la communauté ont déclaré qu'ils ne faisaient pas confiance aux gouvernements ou aux organisations, mais qu'ils étaient plus disposés à croire leurs « frères et sœurs » qui avaient déjà fait le voyage en Europe. Sur cette base, l'OIM a enregistré des témoignages de personnes qui avaient entrepris ce voyage dangereux, et qui ont pu parler ouvertement de la réalité de leur vie actuelle.

Ces vidéos ont été partagées sur les réseaux sociaux et ont été vues par les groupes cibles de la communauté. En utilisant une source d'information fiable et en exploitant le pouvoir des témoignages, l'OIM a contrecarré la désinformation et a donné aux communautés les moyens de faire des choix éclairés.

La rumeur en action

LE POUVOIR DES CHEFS RELIGIEUX DE CHANGER LES MENTALITÉS ET DE SAUVER DES VIES

Un groupe de travail interconfessionnel a été instauré afin de faire face au virus Ebola, réunissant des chefs religieux de l'islam, du christianisme et des religions traditionnelles de Sierra Leone. L'objectif était de diffuser des informations précises pour contrer les rumeurs dangereuses par l'intermédiaire de ces chefs religieux de confiance. Les chefs religieux ont fait appel à l'histoire et aux enseignements de leur religion respective pour valider et expliquer certains comportements ou actions que la communauté devait prendre pour se protéger. Cela a permis de coordonner les messages et d'éviter toute confusion.

Vérifier que le message est bien compris

Vous devriez vous assurer que le message est bien compris : vérifiez que les gens entendent, comprennent et croient l'information vérifiée qui leur est communiquée. C'est là que le processus cyclique d'écoute, de vérification et d'engagement prend tout son sens. Vous devriez maintenir un dialogue avec la communauté et rester à l'écouter afin de comprendre ce qui arrive aux rumeurs, et vérifier que les gens comprennent vos messages. Vous devez également vous assurer que personne d'autre ne partage des informations contradictoires,

car cela pourrait créer de la confusion et entraîner le risque que vos informations ne soient pas considérées dignes de confiance et crues.

Si votre message ne fonctionne pas, vous devez revenir aux étapes précédentes pour élaborer une nouvelle approche sur l'élaboration et le partage de ce message. Par exemple, si votre public cible ne reçoit pas le message, passez en revue les canaux utilisés, ou s'il ne fait pas confiance au message, déterminez pourquoi avant de procéder à une nouvelle approche.

3 Anticipation, Responsabilités, Coordination et Partenariats

Partager des informations accessibles et pertinentes avec les communautés est l'un des meilleurs moyens de réduire la prévalence des rumeurs. Lorsque celles-ci apparaissent, le fait de savoir avec qui travailler sur les rumeurs au sein de votre organisation, d'autres organisations ou groupes et quelles sont les possibilités de partenariat existantes sont trois autres éléments importants pour faire face aux rumeurs. Prendre le temps d'explorer ces domaines dans le cadre de vos travaux de préparation vous aidera à réduire ou à travailler efficacement malgré les rumeurs lors d'une action de réponse.

Anticipation

Bien qu'il soit impossible de les empêcher complètement, les rumeurs sur vos programmes humanitaires ou la conduite du personnel de votre organisation peuvent être évitées. Le respect rigoureux d'engagements tels que la Norme humanitaire fondamentale de qualité et de redevabilité et l'utilisation d'outils tels que ceux du « Le Guide Suffisamment Bon : Mesure de l'impact et redevabilité en situation de secours d'urgence » peuvent contribuer à améliorer la transparence, le partage de l'information et donner à la communauté l'occasion de soulever des questions et des problèmes. Ces mesures peuvent aider à fournir des informations accessibles et vérifiées aux communautés, ce qui peut dévaloriser le pouvoir d'une rumeur en tant que seule source d'information accessible.

N'oubliez pas que souvent, les rumeurs proviennent de malentendus sur les processus ou situations. Veillez donc à expliquer clairement les raisons des décisions prises par votre organisation. Par exemple, en expliquant clairement vos critères de sélection de programmes, vous pouvez éviter les rumeurs de favoritisme.

De même, vous devriez tester votre message de sensibilisation et de mobilisation avant de l'utiliser - un message mal conçu ou mal communiqué peut donner lieu à des

malentendus et des rumeurs.

Un autre outil utile est le cadre de travail « Ne pas nuire » pour la prise en compte des conséquences voulues et non intentionnelles de vos actions à l'égard des différentes personnes des communautés dans lesquelles vous travaillez et dans lesquelles vous ne travaillez pas, et comment celles-ci peuvent générer des rumeurs. S'il est possible de générer des rumeurs, prenez immédiatement des mesures pour atténuer ce phénomène.

La rumeur en action

ANTICIPER ET ATTÉNUER LES RUMEURS : UNE BONNE COMMUNICATION DÈS LE DÉPART

En 2009, CARE International a travaillé avec une équipe de mobilisateurs communautaires ainsi qu'un réseau composé de centaines de bénévoles communautaires afin de communiquer sur la distribution de bons d'achat à des milliers de personnes en déplacement intérieur vivant dans des familles d'accueil à Goma, en République démocratique du Congo. Les programmes de transferts monétaires étaient un concept relativement nouveau et l'équipe s'attendait à de la confusion et à des rumeurs à ce sujet, y compris sur le processus de ciblage. Pour éviter cela, des messages ont été élaborés dès le début et communiqués par les mobilisateurs et les bénévoles. Pour les aider à ne pas dévier du message, ils ont reçu des bulletins de messages clés. Des copies officielles de ces documents ont été affichées sur un tableau d'affichage communautaire pour éviter les problèmes de méfiance. Grâce à cette approche, le programme s'est relativement bien déroulé et a été évalué positivement tant par les bénéficiaires que par les non-bénéficiaires du programme.

Responsabilités

Savoir comment les responsabilités en matière d'écoute, de vérification et d'engagement sont réparties entre les rôles du personnel et comment les rapports de rumeurs et la gestion sont intégrés dans la programmation de votre organisation aidera à intégrer le processus.

Premièrement, une compréhension commune des rumeurs est utile. Pensez à faire une présentation pendant une réunion d'équipe, de personnel ou de partenaires sur les raisons pour lesquelles les rumeurs sont importantes et pourquoi nous devons travailler avec elles, en nous inspirant par exemple des éléments décrits dans la première partie de ce guide. Tous les membres de votre organisation doivent comprendre l'importance de travailler avec les rumeurs et savoir quoi faire s'ils en entendent une. Il est utile que la haute direction soutienne et facilite ce processus et qu'elle prenne le temps de discuter avec eux de l'importance de travailler avec les rumeurs. Utilisez des exemples pertinents, tirés de votre propre expérience ou de ce guide pour illustrer leur impact et leur importance.

Vous devriez mettre en place un mécanisme d'identification, de signalement et de traitement des rumeurs, idéalement en tant que préparatif plutôt qu'en réponse à une rumeur. Lorsque vous réfléchissez à votre mécanisme, identifiez d'abord la capacité et les responsabilités de la communauté à travailler avec les rumeurs, comment votre capacité organisationnelle

complète celle-ci et co-développez un mécanisme basé sur la confiance, l'appropriation et la durabilité.

Examinez les dispositifs en place au sein de votre organisation en ce qui concerne les trois étapes d'identification, de vérification et de mobilisation décrites plus haut, et ce qui doit être fait pour combler les lacunes. Une partie importante de cette tâche consistera à définir et à répartir les rôles et les responsabilités. Le personnel local et national jouera un rôle clé dans le traitement des rumeurs, et il est utile d'inclure les points focaux en matière de sécurité dans la discussion. Les points focaux pour la sécurité auront leurs propres contacts et réseaux, qui pourront révéler des rumeurs qui ne seront pas forcément signalées aux équipes de programme. Pour établir les rôles et les responsabilités, vous pourriez examiner les questions du tableau ci-dessous. N'oubliez pas que votre organisation n'est pas obligée de se charger de tout et qu'elle n'a peut-être pas la capacité de tout faire - il peut y avoir des organisations spécialisées ou des groupes locaux avec lesquels se coordonner ou s'associer.

Activité	Questions guidées pour identifier les rôles et responsabilités
Écouter	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Qui travaille déjà avec les groupes cibles au sein de la communauté ? ▶ À qui la communauté fait-elle déjà confiance ? ▶ Qui parle la même langue ou dialecte que la communauté ? ▶ Qui a le temps d'avoir régulièrement des conversations non structurées avec les groupes cibles de la communauté ?
Vérifier	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Qui peut contacter les spécialistes techniques et les autorités pour obtenir des informations ? ▶ Qui pourra trouver les faits nécessaires auprès des informateurs clés ? ▶ Qui peut évaluer et analyser les rumeurs et le contexte dans lequel elles s'inscrivent ?
Mobiliser	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Qui peut créer un message convaincant ? ▶ Qui peut s'assurer qu'il est livré via un canal de confiance et à partir d'une source fiable ? ▶ Qui peut vérifier que la communauté comprend et croit le message ?



Photo: iStock/J Claudiad

Coordination

La coordination rassemble les acteurs humanitaires travaillant sur des questions similaires pour partager l'information et entreprendre une planification conjointe, afin d'éviter les lacunes ou les doubles emplois dans les services. La coordination favorise la collaboration et permet d'exploiter le potentiel de la collecte de fonds conjointe et du plaidoyer. La coordination peut éviter que les membres de la communauté n'aient à répondre aux mêmes questions à maintes et maintes reprises, à transmettre des messages contradictoires ou confus et à surcharger les canaux de communication.

La première étape de la coordination consiste à savoir qui d'autre travaille avec les rumeurs dans votre communauté. Recensez les organisations qui travaillent dans les communautés dans lesquelles vous travaillez et identifiez les structures de coordination locales déjà en place.

Il peut exister déjà un mécanisme de coordination géré par le gouvernement, un forum d'ONG ou une entité similaire. Le Bureau de la coordination des affaires humanitaires (OCHA) ou l'Agence des Nations Unies pour les réfugiés (HCR) sont souvent désignés comme responsables de la coordination lors de grandes catastrophes.

Une autre option pourrait être un forum des points focaux de sécurité, qui pourrait déjà posséder un système d'écoute des rumeurs

auxquelles vous pourriez accéder. Par exemple, au Sud-Soudan, à la fin 2010, le groupe de sécurité du Forum des ONG a élaboré des directives de base pour la gestion des rumeurs. Cette coordination a permis d'assurer une compréhension commune des rumeurs et d'apporter quelques conseils sur la manière de travailler avec elles au sein de leurs organisations, ainsi qu'un forum permettant de partager les plans et discuter des problèmes rencontrés.

L'adoption de ces structures de coordination vous permettra de soulever les problèmes liés au travail avec les rumeurs, d'évoquer les problèmes que vous ne pouvez pas traiter en tant qu'agence individuelle et de trouver des collaborateurs et partenaires potentiels.

Dans certains contextes, il peut y avoir une approche de service commune en matière de communication et d'engagement communautaire. Cette approche permet de regrouper différents projets qui visent à faire participer la collectivité, et de regrouper les commentaires et les idées dans un mécanisme qui peut fournir un riche flux d'information pour aider à orienter la prise de décisions.

L'approche le fait au nom de toutes les organisations humanitaires - d'où le nom de « service commun ». Cette approche coordonne l'engagement ainsi que la transmission des retours d'informations

consolidés pour associer les décideurs de réponse aux préoccupations et problématiques auxquelles sont confrontées les communautés qu'ils servent. Il serait très pertinent de lier la gestion des rumeurs à ce mécanisme de service commun.

La coordination peut aider les organisations à travailler ensemble pour surmonter les défis communs et à travailler plus efficacement avec les rumeurs. C'est aussi une bonne occasion d'identifier d'autres organisations qui travaillent sur les mêmes questions, et qui peuvent avoir des compétences complémentaires à celles de votre organisation - la base de partenariats.

La rumeur en action

TRAVAILLER AVEC LES RUMEURS DANS LE CADRE D'UNE APPROCHE DE SERVICE COMMUN DE L'ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

Un projet commun inter-agences a été établi dans le cadre de la réponse au tremblement de terre de 2015 au Népal. Le projet a fourni un service commun aux partenaires humanitaires en recueillant, en analysant et en partageant les réactions des communautés afin d'aider les décideurs humanitaires à faire des choix en matière d'adaptation et de localisation de la réponse.

Le projet comportait trois volets :

- ▶ Des études de perception courtes ont été menées chaque mois dans les zones touchées. Celles-ci comprenaient des questions telles que l'avis des populations sur la manière dont se déroulait la réponse, leur participation et leurs besoins.
- ▶ Consolidation des retours sur les besoins et réclamations de plus d'une douzaine de partenaires humanitaires.
- ▶ Le suivi et la gestion des rumeurs. Les bénévoles et les organisations partenaires ont écouté les rumeurs, une équipe centrale les évaluait et les vérifiait, et des bénévoles, des partenaires et des médias locaux ont ensuite mobilisé les communautés au moyens des informations vérifiées pour contrer la rumeur.

Le projet est significatif car il s'agissait de la première initiative systémique de réponse visant à influencer les décisions à l'égard de la réponse en fournissant un retour d'informations consolidé de la part des collectivités.

Partenariats

En s'appuyant sur la coordination, les partenariats permettent aux organisations de travailler ensemble pour atteindre un objectif commun. Cela peut être extrêmement efficace et efficient, profitant des forces respectives de différents groupes, réseaux et organisations. Soyez créatif lorsque vous envisagez les partenaires potentiels ; ne vous limitez pas aux partenaires traditionnels. Cette section présente quelques considérations pour l'identification de partenaires pour votre travail avec des rumeurs.

La communauté devrait être votre partenaire principal, comme nous l'avons déjà mentionné. D'autres partenaires peuvent se révéler de puissants alliés ; les éléments suivants doivent être pris en considération lors de l'identification et de l'établissement de partenariats.

De solides partenariats naissent de :

1. La définition d'objectifs et de buts communs
2. L'assurance d'un leadership efficace
3. L'assurance d'une culture interne favorable aux partenariats
4. La démonstration d'un soutien visible et d'un engagement fiable
5. La priorisation du temps du personnel pour faciliter et soutenir le processus
6. L'assurance d'une communication transparente et efficace
7. La clarification des rôles et responsabilités
8. Le sourçage du partenariat en termes de temps et de fonds appropriés
9. L'élaboration d'approches communes
10. La gestion rapide des litiges et problèmes²⁵.

La rumeur en action

RUMEURS, ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET THÉÂTRE

Dans l'Etat de Rakhine, Myanmar, Save the Children, le Projet social de l'art du Myanmar (MASC) et Search for Common Ground se sont associés pour renforcer les capacités des jeunes en matière d'éducation aux médias et les sensibiliser aux dangers des rumeurs. Ils ont fait appel à diverses techniques créatives, dont le théâtre, pour sensibiliser la communauté aux dangers liés au fait de répandre des rumeurs et à l'importance d'évaluer de façon critique l'information qu'ils ont entendue.



Photo : iStock/verve231

²⁵ Adapté du projet de renforcement des capacités d'urgence, 2012, *What we know about collaboration: the ECB Country Consortium Experience*. <http://www.alnap.org/pool/files/ecb/downloads/resources/ECB-What-We-Know-Collaboration-Country-Consortium-Learning-FINAL-July-31-2012.pdf> [Consulté le 18 mai 2017]

La liste des partenaires potentiels sera aussi diversifiée et dynamique que les communautés dans lesquelles vous travaillez. Les deux études de cas détaillées présentées à la fin du guide illustrent différents partenariats en action. Quelques options et pourquoi s'associer à ce type d'organisation :

- ▶ **Réseaux ou organisations communautaires, organisations non gouvernementales locales**
Ces types d'organisations ont souvent des réseaux profonds et dignes de confiance au sein de la communauté, sont construites sur les connaissances locales et sont bien placées pour fournir des moyens et des perspectives locales afin de mieux écouter, vérifier et mobiliser.
- ▶ **Médias locaux, radios communautaires**
Ceux-ci auront déjà des audiences existantes et leurs propres façons d'écouter, de vérifier et de mobiliser dans le cadre de leur travail. Ils peuvent aider à toucher un grand nombre de personnes rapidement et par différents canaux.
- ▶ **Agences de développement des médias**
Celles-ci permettent de renforcer les capacités des institutions ou des individus en matière de liberté d'expression, de pluralisme et de diversité des médias, ainsi que de transparence de la propriété des médias. Elles possèdent souvent l'expertise nécessaire pour comprendre les auditoires et pour créer et diffuser des messages par divers moyens.
- ▶ **Groupes de la diaspora** Les gens

conservent souvent des liens étroits avec leur communauté d'origine et trouvent des manières différentes de rester en contact avec leurs amis et leur famille. Ces groupes peuvent jouer un rôle clé en fournissant des informations et d'autres formes de soutien aux communautés en situation de crise.

- ▶ **Entreprises du secteur privé**
Les entreprises, par leurs produits et leurs services, auront leurs propres relations avec les personnes touchées par la crise. Un exemple évident est celui des opérateurs de réseaux mobiles qui souhaitent conserver ou développer leur base de clientèle et fournir un soutien en temps de crise, par exemple en transmettant des avertissements par SMS. Ils peuvent aussi avoir une expertise technique ou spécialisée, ce qui peut vous aider à travailler sur les rumeurs.
- ▶ **ONU et ONGI**
Ces organisations internationales, généralement vastes, peuvent apporter une coordination et une expertise technique. Elles auront potentiellement des réseaux existants au sein des communautés et feront partie des structures de coordination locales, nationales et internationales.

Un bon moyen d'évaluer les groupes ou organisations potentiels à associer est de réaliser une analyse SWOT rapide²⁶ de votre organisation concernant le travail avec la rumeur, afin d'identifier où les partenariats pourraient apporter de la valeur ajoutée.

La rumeur en action

S'ASSOCIER AUX MÉDIAS LOCAUX PEUT PERMETTRE DE COMBATTRE LA RUMEUR AVANT L'ARRIVÉE DE L'AIDE

En avril 2017, alors que la Somalie se rapprochait de la famine et que la sécheresse ravageait certaines parties du pays, Radio Ergo a commencé à diffuser des informations concernant une nouvelle menace pour les communautés, le choléra. Des rumeurs circulaient sur la manière dont il s'était répandu, avec des auditeurs de Radio Ergo partageant des rumeurs avec la station affirmant que le chlore utilisé pour purifier l'eau causait des diarrhées. En conséquence, le Groupe de la Santé s'est associé à la radio pour expliquer les faits et ce que les gens pouvaient faire pour éviter de tomber malades. La station de radio est basée à Nairobi et diffuse par ondes courtes, qui atteignent les zones rurales reculées de Somalie non couvertes par les stations FM locales, où l'accès est difficile et où l'aide n'est souvent pas encore arrivée. La programmation est également rediffusée par 15 stations FM locales à travers le pays. Ce partenariat avec les médias locaux a permis de surmonter les difficultés d'accès physique et d'exploiter un canal fiable pour fournir des informations précises aux communautés, au moment où elles en ont le plus besoin.

²⁶ *Strengths, weaknesses, opportunities and threats* - Forces, faiblesses, opportunités et menaces. Voir p. ex. https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_05.htm [Consulté le 26 mai 2017]

Conclusion

Les rumeurs ne peuvent et ne doivent pas être simplement écartées comme des commérages locaux. Elles affectent les communautés touchées par une crise dans le monde entier. Elles ont le pouvoir de miner tout ce pour quoi nous luttons en tant qu'acteurs humanitaires: elles peuvent paralyser les programmes et semer la confusion parmi les individus et les communautés au moment précis où ces derniers sont confrontés à des décisions de vie ou de mort - avec des conséquences désastreuses.

Mais le pouvoir qu'elles détiennent peut aussi être exploité à bon escient, en nous avertissant rapidement d'événements potentiellement critiques imminents et, très souvent, en brossant

un tableau beaucoup plus honnête du bon fonctionnement de nos programmes. Vous pouvez commencer à intégrer des mesures dans votre travail concernant les rumeurs d'aujourd'hui en étant simplement plus conscient de celles-ci, et en en discutant avec vos collègues, vos partenaires et les communautés avec lesquelles vous travaillez.

Agissez auprès des plus critiques, et développez votre démarche vers quelque chose de plus robuste dans le temps. Votre programme sera plus fort et plus sûr et, surtout, les communautés que nous soutenons tous seront mieux protégées.



Photo : iStock/jalidemir

Étude de cas

APPROCHES NOVATRICES : RELIER LES COMMUNAUTÉS ET LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES AUX FAITS ET NON AUX RUMEURS

Internews, une organisation de développement des médias, a mis au point des modèles coordonnés en réseau pour travailler avec les rumeurs au niveau inter-institutionnel, dans le cadre de quatre réponses à grande échelle. Ces modèles ont permis de gérer rapidement et efficacement les rumeurs potentiellement dangereuses, et ont donné aux communautés touchées les moyens de faire des choix éclairés et opportuns quant à leur avenir.

Internews a mis en place plusieurs projets visant à gérer les rumeurs :

- ▶ *Dey Say*²⁷ au Libéria, en réponse à l'épidémie Ebola 2014-2016
- ▶ *Open Mic* au Népal, en réponse au séisme de 2015
- ▶ Les nouvelles circulent en Grèce face à la crise des réfugiés en cours
- ▶ *Sak Di Sak Vre*²⁸ en Haïti, en réponse à l'ouragan Matthew de 2016

Chaque contexte est différent et chaque projet reflète les besoins spécifiques des différentes communautés, mais le processus d'écoute, de vérification et de mobilisation reste fondamentalement le même.

Les projets partageant des caractéristiques communes sont :

- ▶ Participatifs : la communauté connaît les enjeux qui sont importants pour elle.
- ▶ Fondés sur des partenariats : ils tirent parti des points forts et favorisent la collaboration.
- ▶ Factuels : ils associent la vérité avec des informations pratiques.
- ▶ S'intéressent au dialogue : ils privilégient les conversations non structurées et ouvertes.
- ▶ Basés sur la confiance : ils reposent sur des réseaux et canaux ayant la confiance de la communauté.
- ▶ Coordinés : avec d'autres partenaires humanitaires.
- ▶ Conjoncturels : ils engagent la communauté dans le dialogue permanent.

Construire des projets sur les canaux de communication qui ont la confiance de la communauté est essentiel à la démarche d'Internews. Par exemple, après l'ouragan Matthew, une étude a révélé que la communauté préférait la radio comme canal pour recevoir les informations. Par suite, les stations de radio existantes ont été choisies comme canal principal pour le projet de gestion des rumeurs *Sak di Sak Vre*.

Il est tout aussi important de renforcer les capacités locales, en commençant au niveau communautaire. Par exemple, en Grèce, des officiers de liaison pour les réfugiés ont été recrutés dans la communauté affectée. Cela a permis d'identifier rapidement les préoccupations et les idées fausses qui se trouvaient à l'origine des rumeurs. Une fois les

rumeurs documentées, une équipe s'est employée à enquêter et à les vérifier - auprès des autorités, de conseillers juridiques, des forces de sécurité, d'organismes humanitaires et d'autres informateurs clés. L'objectif était de découvrir pourquoi la rumeur était si répandue et de répondre aux préoccupations communautaires en fournissant des informations pertinentes, fiables et pratiques. Ces agents de liaison réfugiés recrutés localement ont également été un moyen inestimable de faire participer la communauté et de partager l'information une fois qu'elle a été vérifiée.

Les partenariats sont essentiels à la façon dont Internews met en œuvre ses projets de gestion des rumeurs. Il est plus rapide et plus efficace d'avoir des partenaires qui disposent

Aperçu du modèle Internews de suivi de la rumeur	
Écouter	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Utilisation des réseaux existants et des relations de confiance ▶ Soutenu par des technologies habilitantes ▶ Conversations ouvertes non structurées pour recueillir des données qualitatives (par opposition aux données quantitatives) ▶ Priorités fondées sur l'évaluation des risques plutôt que sur la prévalence des rumeurs
Vérifier	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Équipe centralisée mobilisant des spécialistes techniques et des mécanismes de coordination ▶ Mobilisation de la communauté touchée pour une compréhension plus détaillée ▶ Priorisation en fonction d'un impact potentiel et non de la prévalence d'une rumeur
Mobiliser	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Résultats basés sur des faits avec des sources d'informations supplémentaires signalées ▶ Dans la langue de la population affectée ▶ Blocs de construction non compatibles avec la communication

²⁷ Comment les gens parlent de rumeurs en anglais libérien

²⁸ « Ce qui est dit est vrai », en créole haïtienne

RUMEURS



NAMDU, DOLAKHA

« Ils donnent des cartes d'identité blanches aux victimes du séisme dans notre village. Ils disent que la couleur de la carte est la raison du retard accumulé dans le décaissement de 15 000 roupies. Si nous avions reçu des cartes rouges, nous aurions eu le droit de voyager au Canada et en Australie pour travailler. Je préférerais la carte rouge parce que mon fils est au chômage et que je suis endetté ».

FAITS

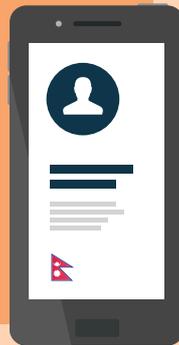
Des cartes d'identité de couleurs différentes sont distribuées aux victimes du tremblement de terre dans les districts affectés. Par exemple, à Dolakha, la couleur des cartes est blanche. A Gorkha, elle est rouge.

Cette différence est due au fait qu'il n'existe aucune directive sur la couleur des cartes. Un Comité de secours aux sinistrés de district (DDRC, District Disaster Relief Committee) peut choisir d'imprimer des cartes d'identité de n'importe quelle couleur dans son district.

La couleur de la carte n'a aucune incidence sur l'admissibilité du porteur à demander du matériel de secours et d'autres aides.

Le gouvernement n'a aucun plan spécifique visant à envoyer les membres de familles touchés par le tremblement de terre travailler à l'étranger.

Le retard dans le versement de l'aide pourrait être dû à un certain nombre de facteurs, mais la couleur des cartes n'en fait pas partie.



Le Rumeur

Anonyme, mais avec une référence à un lieu, indiquant qu'elle est authentique et permettant aux gens de se sentir concernés.

Le Fait

Au-delà de « Vrai » ou « Faux », mais dissiper les craintes et fournir des informations pouvant donner lieu à une action.

Le Contexte

Local (!) et fiable pour le suivi des informations/ des actions

de réseaux communautaires existants - qu'il s'agisse de Sociétés de la Croix-Rouge ou du Croissant-Rouge, d'organisations locales ou de médias locaux. Les partenaires peuvent contribuer à la vérification de la rumeur, à la mobilisation de la communauté et au partage d'informations exactes. Par exemple, au Liberia *Dey Say* agissait en partenariat avec la Croix-Rouge nationale libérienne, l'UNICEF et Project Concern International. Il s'est également appuyé sur les partenariats existants d'Internews avec des stations de radio locales et des journalistes à travers le pays.

Internews a défendu la nécessité de coordonner les communications et l'engagement communautaire, et travailler avec les rumeurs n'est pas une exception en la matière. Tous les projets humanitaires de gestion des rumeurs d'Internews sont intégrés aux systèmes de coordination humanitaire. Le projet *Open Mic* au Népal a été intégré au Common Feedback Project, qui a rassemblé des projets de communication bidirectionnelle en un mécanisme de commentaires à l'échelle de la réponse, ce qui a aidé à orienter le cours et le contenu de la réponse.

Au Libéria, au Népal, en Grèce et en Haïti, le projet sur la rumeur a donné lieu à un

bulletin, qui signalait clairement la rumeur originale et indiquait où elle était documentée. Ce bulletin a été suivi des faits sur la question, y compris l'endroit où obtenir des renseignements supplémentaires, et des informations pratiques. Les bulletins ont été diffusés régulièrement (chaque semaine ou toutes les deux semaines) auprès des acteurs humanitaires, des médias locaux et du gouvernement, afin d'orienter les efforts de sensibilisation de la communauté touchée. Les tendances et les enjeux sont également reflétés dans les réunions de coordination afin de permettre des changements dans la programmation ou la sensibilisation, pour mieux répondre aux besoins de la communauté touchée.

L'analyse par Internews des rumeurs relevées dans les quatre projets a révélé que la majorité des rumeurs proviennent de processus mal expliqués et conduisent à des malentendus au sein de la communauté. Par exemple, des critères de sélection mal expliqués pour une distribution alimentaire peuvent facilement donner lieu à une rumeur de corruption ou de favoritisme.

Cette base de données probantes pour leur programmation et leur analyse aide le modèle de gestion des rumeurs d'Internews

à servir deux clients. Un « client » est la communauté affectée qui a accès à des informations vérifiées, pertinentes et exploitables. Le deuxième « client » est la communauté humanitaire qui reçoit des retours d'informations pour améliorer ses programmes.

Cette orientation sur les clients a permis d'adapter et de localiser le modèle de gestion des rumeurs pour différents contextes, illustrant la puissance des rumeurs et la manière dont les organisations humanitaires peuvent travailler avec elles.

Questions de réflexion

- ▶ Quels éléments de cette approche pourriez-vous intégrer à votre programme ?
- ▶ En vous appuyant sur vos réseaux communautaires existants, pourriez-vous également leur demander de servir de canal pour écouter et participer ?
- ▶ Comment pourriez-vous améliorer vos programmes en écoutant les rumeurs ?

Étude de cas

HABILITER LES RÉSEAUX COMMUNAUTAIRES POUR LEUR DONNER LES MOYENS D’OFFRIR DES CONTRE-NARRATIONS AUX CONFLITS

Search for Common Ground se concentre sur la transformation de la manière dont les gens gèrent les conflits en favorisant des solutions concertées. L’organisation se concentre sur trois domaines : la communauté, les médias et le dialogue. Au Myanmar, elle a piloté un projet communautaire de gestion des rumeurs visant à réduire la violence intercommunautaire et à soutenir la transition du pays vers la démocratie.

Le Myanmar a une population ethniquement diverse avec 135 groupes ethniques officiellement reconnus. Historiquement, il y a eu des tensions entre les divisions ethniques et religieuses. Le Myanmar a commencé la transition du régime militaire à la démocratie en 2010 et s’est depuis lors ouvert au monde extérieur. Cette transition a connu une forte croissance de la pénétration des téléphones mobiles, des médias et de l’accès à Internet. Cette augmentation de l’accès à l’information a eu des répercussions positives et négatives.

Les rumeurs, propagées par ces nouveaux canaux de communication, ont créé un environnement propice aux conflits dans plusieurs régions du pays au cours des cinq dernières années. En conséquence, les organisations nationales et internationales se sont efforcées d’accroître le dialogue intercommunautaire et la cohésion sociale. Cependant, relativement peu d’efforts ont été faits pour lutter contre les rumeurs qui incitent à la violence. En réponse à cette situation, Search for Common Ground, en partenariat avec la Myanmar Information Development Organization (MIDO), a mis en œuvre un projet pilote de neuf mois sur la gestion de l’information communautaire visant à réduire la violence intercommunautaire au Myanmar.

L’objectif général du projet pilote était de réduire au minimum l’impact des rumeurs et des informations manipulées comme déclencheurs de la violence dans deux zones où avait précédemment eu lieu des flambées de violence

intercommunautaire : au Lashio, dans l’État de Shan et à Amarapura, dans la Division Mandalay. Trois objectifs spécifiques ont été fixés :

1. Accroître la compréhension des principales parties prenantes et des influenceurs sur la façon dont l’information et les rumeurs peuvent être manipulées, engendrant ainsi la violence ;
2. Renforcer les compétences des principaux influenceurs communautaires afin de réduire l’impact des rumeurs et de l’information manipulée dans leurs communautés ; et
3. Catalyser l’action conjointe entre les différents acteurs et influenceurs

afin de réduire l’impact violent des rumeurs et des informations manipulées.

La phase de recherche du projet a duré deux mois, ce qui a permis une analyse approfondie et l’établissement de relations avec les individus et les communautés. Cela a permis à la mise en œuvre du projet de s’appuyer sur des relations de respect et de confiance.

Le point de départ était la compréhension que les rumeurs sont des informations non vérifiées, qui ne sont intrinsèquement ni bonnes ni mauvaises. Toutefois, les rumeurs pourraient avoir des répercussions

Un exemple auquel le projet a répondu :

Écouter	<p>► En avril 2016, une rumeur s’est répandue sur Facebook selon laquelle un grand nombre d’épées ont été saisies dans une mosquée de Yangon. Cette nouvelle a été largement diffusée par les membres du réseau nationaliste bouddhiste à travers l’état de Shan. Cela a accru les tensions entre les communautés bouddhistes et musulmanes de l’État.</p>
Vérifier	<p>► Le comité de gestion de l’information communautaire a vérifié auprès de son réseau de contacts et du portail d’information Laisho. Ils ont découvert que l’annonce avait été rédigée par un homme de Jakarta, en Indonésie, qui avait inclus une photo d’une épée dans son billet Facebook pour répandre la rumeur. Ils l’ont contacté et lui ont expliqué qu’il n’y avait eu aucune saisie d’épées et qu’il posait un risque pour la sécurité en répandant cette fausse rumeur. Il a supprimé la photo et s’est excusé pour son erreur.</p>
Mobiliser	<p>► Le comité de gestion de l’information communautaire a fait diffuser l’information vérifiée par les médias (Laisho News et Radio Free Asia) ainsi que par les médias sociaux via la page Facebook de gestion de l’information communautaire et les pages personnelles Facebook des membres du comité.</p>

positives ou négatives sur la collectivité. La recherche s'est penchée sur la manière dont les gens échangent et reçoivent l'information, les sources d'information fiables, les méthodes de vérification locales et la façon dont les rumeurs contribuent aux tensions et aux conflits intercommunautaires dans ces deux domaines. Elle a permis d'identifier les principaux influenceurs de la communauté, ceux à qui l'information était confiée, selon un critère perçu par la communauté elle-même.

Les résultats de la recherche ont révélé que le sentiment d'insécurité des gens - qu'il soit le résultat de l'insécurité économique, d'un conflit politique, ethnique ou religieux - les rendaient plus susceptibles de croire et de partager des rumeurs. Les résultats ont également mis en évidence que les gens étaient moins susceptibles de vérifier une rumeur s'ils percevaient une menace directe pour leur existence ou leur identité. Les recherches ont également confirmé l'hypothèse selon laquelle la gestion des rumeurs était nécessaire, et les collectivités ont convenu de la nécessité de cette mesure et de son importance.

Sur la base des données recueillies, les principaux influenceurs communautaires identifiés au cours du dialogue communautaire ont été mobilisés. Ils ont été formés à la transformation des conflits²⁹, à l'éducation aux médias, aux compétences ICT³⁰ et à la gestion des rumeurs.

Les personnes influentes de la communauté se sont auto-formées en Comités de gestion de l'information communautaire (CIMC), qui ont reçu le soutien du MIDO et de Search for Common Ground par le biais de formations mensuelles d'actualisation, de mentorat et de conception collaborative de campagnes de messages positifs pour contrer les rumeurs qu'ils ont identifiées. Ces

comités ont pu gagner en confiance grâce à leurs nouvelles compétences et contribuer à la résilience de leurs communautés face aux rumeurs. Les comités ont continué de prospérer sous la direction des dirigeants locaux longtemps après l'achèvement du projet pilote.

Le projet a travaillé avec 43 personnes influentes de la communauté, dont des journalistes, des jeunes activistes, des représentantes de la société civile, des personnalités religieuses, des chefs de village, des autorités locales, la police, des hommes d'affaires locaux, des médecins, des propriétaires de boutiques de thé et sur Internet, ainsi que des vendeurs du marché.

Ces personnes influentes avaient développé 28 contre-narrations positives face à des rumeurs potentiellement nuisibles, et avaient soutenu la transformation des conflits dans leurs communautés. Le projet a également vu la création d'une communauté de pratique (pour les membres du CIMC dans les deux localités) pour partager l'apprentissage et favoriser la collaboration future.

Une évaluation indépendante³¹ a constaté que le projet avait :

- ▶ Amélioré la sensibilisation à l'impact négatif potentiel des rumeurs.
- ▶ Construit des compétences parmi les participants dans la gestion des rumeurs, la vérification, la prévention des conflits et l'alphabétisation des médias.
- ▶ Aidé à établir un processus informel :
 - ▶ **D'écoute** : par le bouche à oreille, les sites d'information en ligne et les médias sociaux.
 - ▶ **De vérification** : par des contacts/ autorités locaux, des journalistes, des membres du CIM.
 - ▶ **De mobilisation** : en produisant et en diffusant des contre-narrations positives.

Questions de réflexion

- ▶ Cette approche ou ses éléments sont-ils pertinents pour votre travail ou pour les comités, groupes ou réseaux avec lesquels vous travaillez déjà ?
- ▶ Comment pourriez-vous mettre en œuvre une version plus simple de ce modèle avec vos réseaux et votre personnel communautaires actuels ?
- ▶ Pourriez-vous organiser une séance de formation à l'intention des réseaux communautaires existants sur les raisons pour lesquelles il est important de travailler avec des rumeurs et sur les étapes de base que sont l'écoute, la vérification et l'engagement ?

²⁹ Utilisation de la méthode « Common Ground Approach »

³⁰ Information, Communication et Technologie

³¹ S. Dungana, *Final Evaluation: Community Information Management to Reduce Inter-Communal Violence in Myanmar*, 2016

Ressources supplémentaires

Outils

Recensement des écosystèmes d'information – Internews

Cet outil pose une série de questions sur huit composantes. Il est possible de dresser un tableau complet des flux d'information et de communication communautaires.

http://www.internews.org/sites/default/files/resources/Internews_Mapping_Information_Ecosystems_2015.pdf

Caractéristiques des différents canaux de communication - infoasaid

Ce tableau présente les avantages et les inconvénients de l'utilisation de différents canaux de communication. Les chaînes vont des médias de masse comme la télévision, la radio et la presse écrite aux méthodes plus traditionnelles comme le théâtre ou la musique.

<http://www.cdacnetwork.org/tools-and-resources/i/20141104143357-jeupo/>

Évaluation des besoins en information et communication : Guide rapide et facile à l'intention des intervenants de l'action humanitaire - ACAPS et le CDAC

Conseils sur les étapes à suivre pour évaluer et déterminer comment améliorer la communication avec et entre les communautés à différentes étapes d'une situation d'urgence. Incluent des explications sur les raisons pour lesquelles ces questions devraient être posées et sur la manière dont les agences pourraient agir sur ces données pour améliorer la communication dans le cadre de l'intervention humanitaire.

<http://www.cdacnetwork.org/tools-and-resources/i/20140721173332-ihw5g>

Documents

Gestion de la désinformation : un guide pratique – Le Projet Sentinel

Écrit pour aider les organisations et les individus à mettre en œuvre des projets de gestion de la désinformation. Le guide fournit des instructions, des exemples et des études de cas ainsi que des informations sur le matériel et les logiciels nécessaires (voir Wikirumours) http://docs.wikirumours.org/brand_candy-content/uploads/2016/07/sp-managing-report.pdf

The Debunking Handbook – John Cook, Stephan Lewandowsky

Fournit un bref résumé de la recherche psychologique sur la désinformation. Il s'adresse aux communicateurs pour les aider à trouver des moyens efficaces de contrer la désinformation. https://skepticalscience.com/docs/Debunking_Handbook.pdf

The Verification Handbook – Craig Silverman

Directives sur la manière d'utiliser le contenu généré par les utilisateurs en situation d'urgence - en particulier sur la façon de vérifier et d'utiliser les informations fournies par la foule. <http://verificationhandbook.com/>



Matériel de formation

Dynamic Listening and Rumour Management – WHO

Cette présentation couvre :

- ▶ Utiliser l'écoute dynamique pour connaître les publics et répondre à leurs préoccupations
- ▶ Identifier les rumeurs qui pourraient causer de la confusion ou de la méfiance
- ▶ Comment développer une stratégie pour répondre aux rumeurs

<http://www.who.int/risk-communication/training/Module-B7.pdf>

Logiciel

Wikirumours – Projet Sentinel

Est une plateforme web et mobile pour modérer la mésinformation et la désinformation. Le logiciel est libre de droits et gratuit.

WikiRumours est une plateforme technologique et de flux de travail conçue pour contrer la propagation de fausses informations à travers la transparence et l'atténuation précoce des conflits.

<https://www.wikirumours.org/> ou
<http://docs.wikirumours.org/>

Verily

Est une application Web expérimentale conçue pour obtenir rapidement l'information nécessaire à la vérification des informations lors de catastrophes humanitaires. La plateforme a également été pilotée par des organisations internationales de presse. En plus de vérifier rapidement l'information lors d'événements de crise, Verily vise à éduquer les membres du public afin qu'ils puissent devenir de meilleurs « détectives numériques ».

<https://veri.ly/>

Autre

D'autres outils et ressources supplémentaires, créés par le CDAC ou dont votre organisation dispose pour renforcer les capacités de communication et d'engagement communautaire.

<http://www.cdacnetwork.org/tools-and-resources/i/20160718145418-t2inw>

Conçu par beetroot.co.uk



CDAC Network
27 Dingley Place
Londres
ECTV 8BR
Royaume-Uni

N° au registre des entreprises : 10571501

