



HAL
open science

La "rumeur sur Internet". Petite histoire des sites de référence

Pascal Froissart

► **To cite this version:**

| Pascal Froissart. La "rumeur sur Internet". Petite histoire des sites de référence. 2003. sic_00001008

HAL Id: sic_00001008

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00001008

Submitted on 21 Jun 2004

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La “rumeur sur Internet”.

Petite histoire des sites de référence

par Pascal Froissart

Université de Paris VIII (« Vincennes à Saint-Denis »)

L'effet Internet sur la rumeur s'analyse de deux manières : d'une part, Internet accélère la diffusion des rumeurs (qui sont plus rapides, plus nombreuses) ; d'autre part, Internet ralentit la diffusion des rumeurs, car ces dernières se heurtent à de nombreux sites de référence qui obtiennent des audiences impressionnantes. Ces sites de référence sont mal étudiés, et il s'agit ici d'en dresser le portrait : émergeant peu à peu au milieu des années 1990, ils sont pour la plupart conçus et dirigés par des bénévoles qui dépensent une énergie formidable à collecter et « normer » les récits du Net. On analysera les précurseurs (AFU, 1991), les populaires (CIAC, 1995 ; Snopes, 1997) ainsi qu'une série de répliques (Urbanlegends.about.com, 1997 ; Truthorfiction.com, 1998 ; Hoaxbuster.com, 2000). Puis on conclura sur quelques interrogations que suscitent ces sites de référence sans moyens et sans méthode.

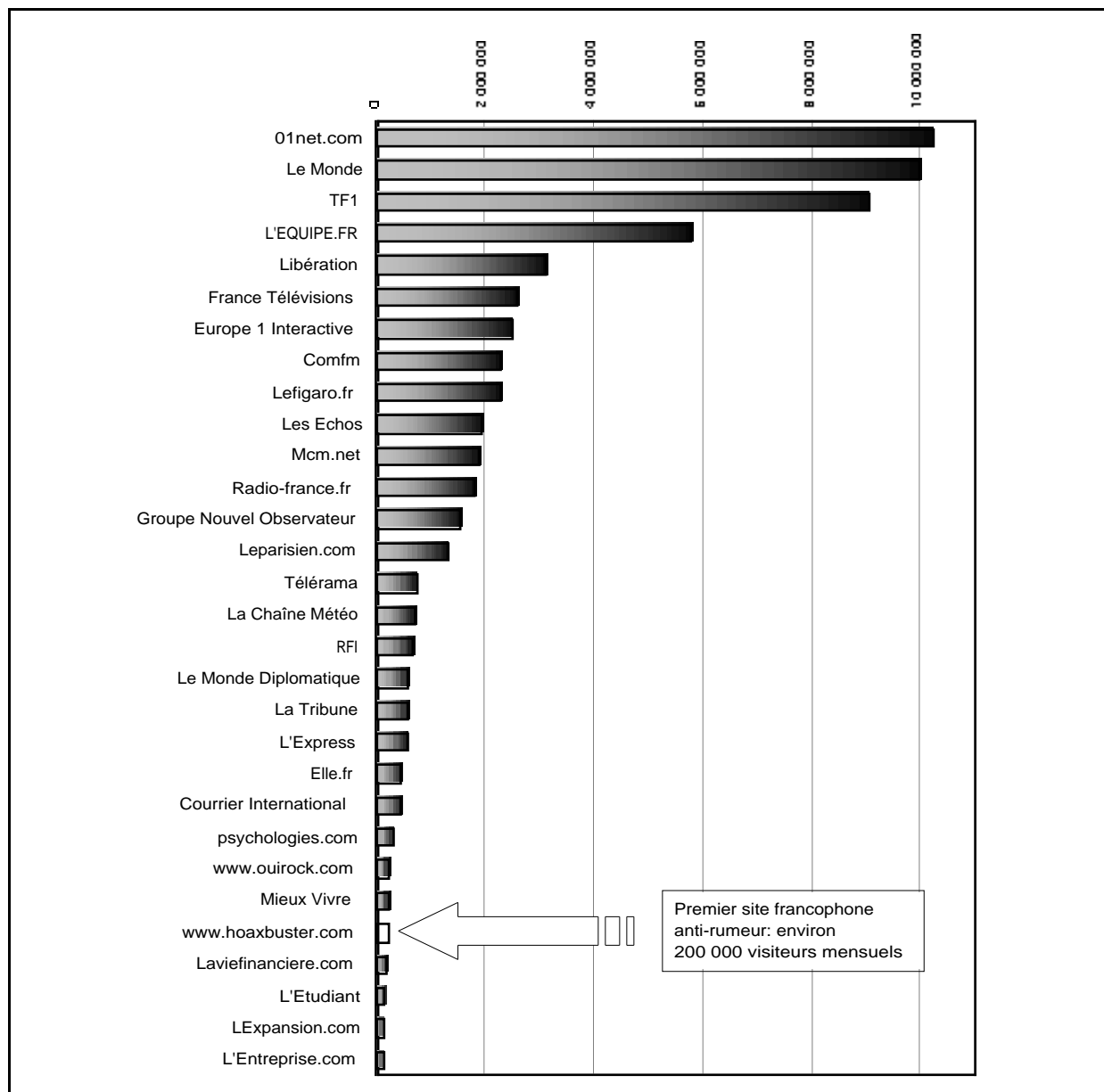
La rumeur sur Internet est un objet de recherche alléchant : le développement apparemment anarchique du Réseau des réseaux laisse imaginer qu'il peut faire « naturellement » le terreau de la rumeur. C'est aller vite en besogne, en particulier parce que les habitudes des usagers de la Toile ne sont pas dictées par la conformation technique de la Toile elle-même (« *la carte n'est pas le territoire* », comme dirait Bateson reprenant Korzybski¹). Par exemple, en matière d'information sur le Net, ce n'est pas parce que les sites personnels, associatifs, ou militants pullulent sur Internet qu'ils occultent l'écrasante présence des organes d'information institutionnels². Au contraire, pour ne prendre en compte que la réalité française, les sites les plus populaires en France³ proposent tous sur leur page d'accueil un encadré avec les dernières nouvelles du moment (sous la forme de titre de dépêches, qui renvoient aux agences de presse ou aux médias institutionnels classiques).

¹ Alfred Korzybski, 1998. *Une carte n'est pas le territoire. Prolégomènes aux systèmes non-aristotéliens et à la Sémantique générale*. Paris : L'éclat. 204 p. — ou Bateson, Gregory. 1997 : 205. *Vers une écologie de l'esprit 2*. Paris : Seuil. 278 p.

² Cf. Froissart, Pascal, 2002 : 205-208. « Rumeurs sur Internet ». *Les Cahiers de médiologie*. N° 13 (premier semestre). Paris : Gallimard. Disponible sur <http://pascalfroissart.online.fr>

³ Ce sont les sites des prestataires d'accès (wanadoo.fr, club-internet.fr, free.fr, etc.). Cf. mediametrie.fr

Figure 1. Les sites d'information (nombre de visites mensuelles, mai 2003)



Source: <http://www.mediametrie.fr> et www.hoaxbuster.com

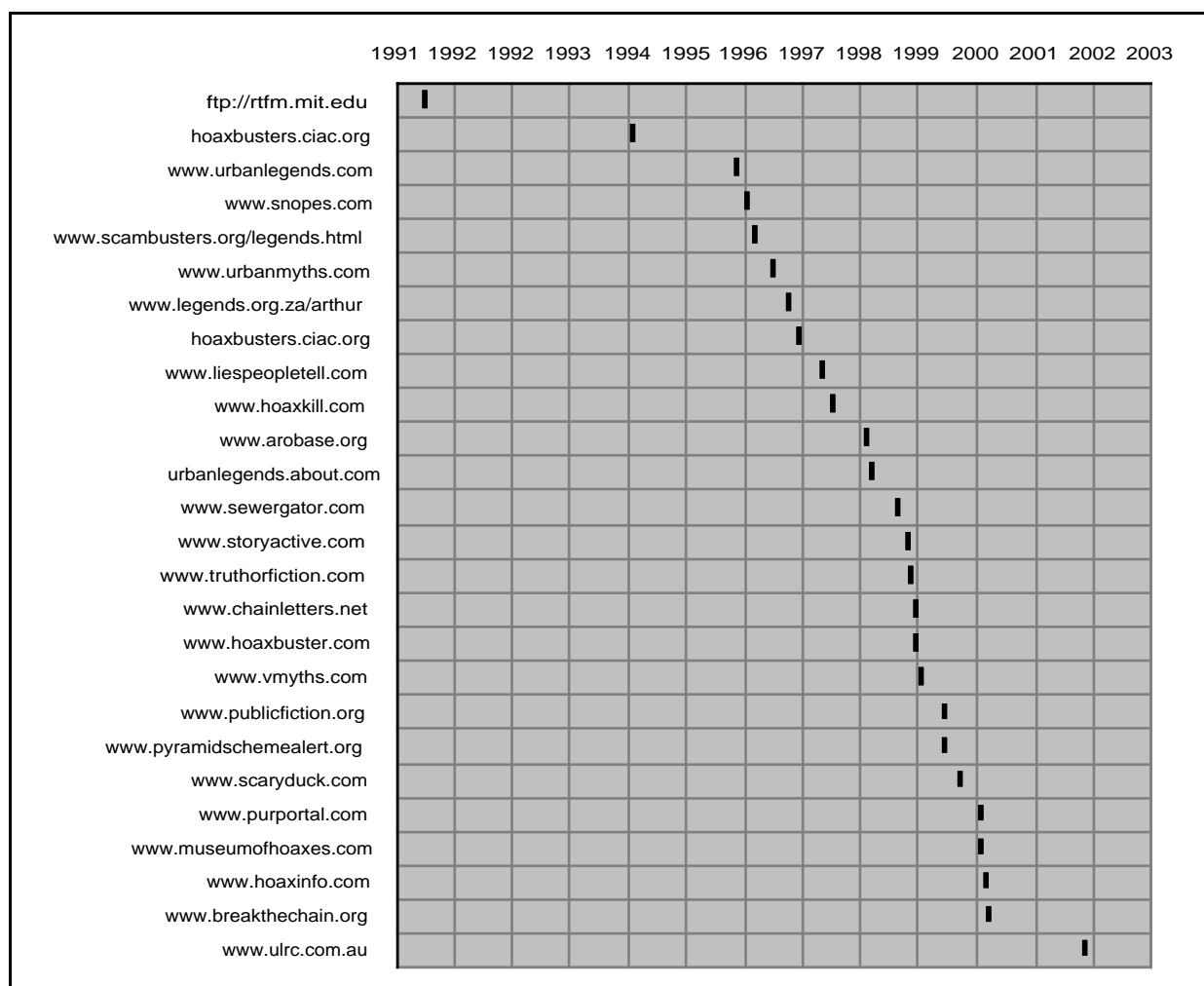
On remarque la présence, dans le palmarès des sites d'information les plus consultés en France, d'un site consacré à la rumeur, www.hoaxbuster.com. Créé en 2000 par trois amis en mal de *start-up*, l'audience de ce site ne laisse pas d'étonner. Il fait mieux que des sites comme celui des magazines *L'expansion* ou *L'entreprise*, mais ne s'appuie sur aucun support de diffusion « brick n' mortar », pour reprendre l'expression des années de « nouvelle économie » : le site n'est adossé à aucun journal, aucun parti, aucune organisation. C'est un « pure player » du cyber-espace... Mieux encore que la fréquentation, le fait que ce site soit cité comme une source fiable d'information à l'occasion des grandes affaires de rumeur⁴, mérite qu'on s'arrête un instant sur la genèse et la durée des sites consacrés entièrement au catalogage et à la vérification des rumeurs. Quelle importance donner à ces acteurs de la véracité sur Internet ? Qui sont-ils ?

⁴ Par exemple, par la Mairie d'Issy-les-Moulineaux dont le site Internet y renvoyait dès la première page, au moment de cette horrible histoire de « *seringues infectées dans les sièges de cinéma* ».

A. Esquisse historique

Les sites de référence sur la rumeur sont apparus rapidement sur Internet, même avant que le réseau des réseaux connaisse le succès public au milieu des années 1990⁵ (cf. Figure 2). Le premier site connu est apparu en 1991, et est le précurseur d'une série innombrable de sites consacrés à la rumeur.

Figure 2. Liste chronologique des sites de référence sur la rumeur



Source : compilation manuelle des sites spécialisés, en nom propre seulement, déposé auprès d'un registraire (sans égard pour la pertinence, ni l'audience)⁶

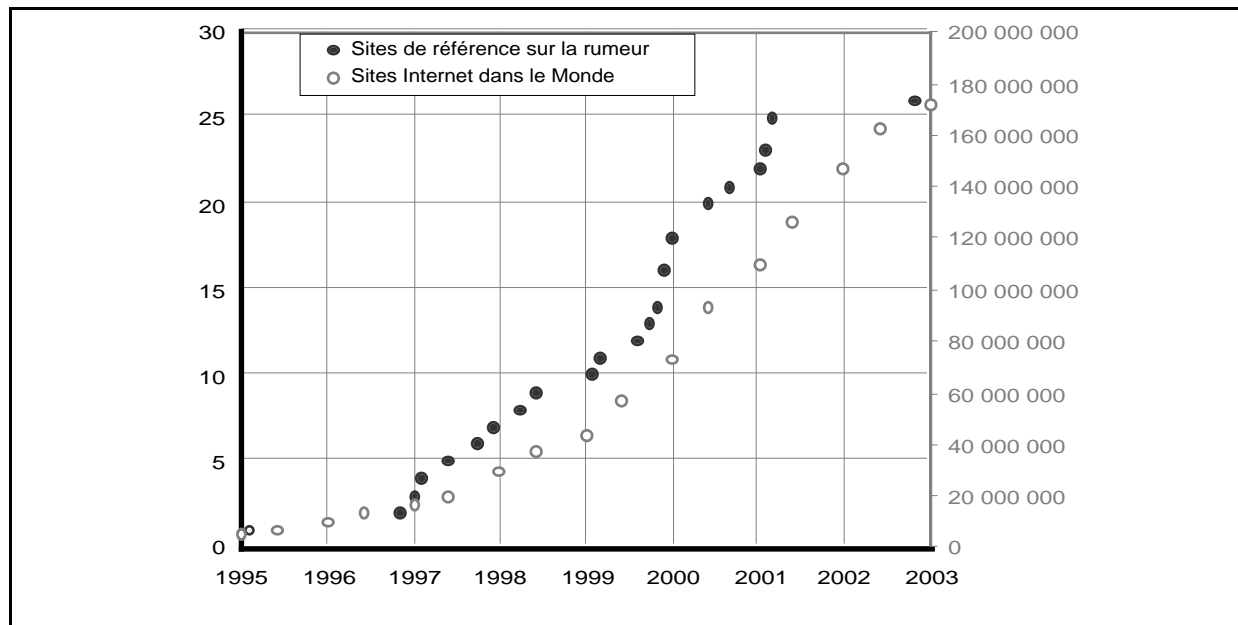
Ainsi que le montre la table chronologique d'apparition des sites de référence sur Internet, les premières sources datent de 1991, mais connaissent un véritable coup de fouet à partir de 1997, après que le langage html (1994) a permis de standardiser tous les sites sur le Réseau.

⁵ L'essor de l'Internet est lié davantage à la progression des interfaces (en particulier les logiciels WYSIWYG tels Netscape Communicator [1994] ou Internet Explorer [1995]) qu'à celle des réseaux (SAGE, 1952 ; ARPANET, 1969 ; CYCLADES, 1971).

⁶ Exemples de sites écartés : <http://www.silcom.com/~barnowl/chain-letter/evolution.html> qui fait pourtant autorité en la matière ; <http://www.touristofdeath.com> qui semble extrêmement utile à l'analyse des rumeurs parodiques...

On pourrait croire que les sites de référence sur la rumeur sont en nombre anormalement élevé : on voit pourtant (Figure 3) qu'il n'en est rien quand on compare avec le nombre de sites total (les pentes sont quasiment identique à partir de 1997).

Figure 3. Comparaison du nombre de sites sur la rumeur et du nombre de sites total



Source : compilation manuelle des sites spécialisés, et Internet Systems Consortium (ISC), 2004. ISC Domain Survey: Number of Internet Hosts
(<http://www.isc.org/index.pl?ops/ds/host-count-history.php>)

B. Portrait du précurseur AFU (1991-...)

En 1991, le premier site à apparaître sur le thème de la rumeur et des légendes urbaines (les termes sont tous deux ambigus et souvent interchangeables) est celui d'une communauté d'internautes amateurs d'absurde et de véracité (« *This is alt.folklore.urban -- the newsgroup where nonsense is revered as an artform, and debunking has been taken to new heights.* »⁷), réuni en un forum (*newsgroup*). Le site est encore rudimentaire, mais il évolue très rapidement, suivant de près les dernières innovations (ainsi est-il disponible très tôt en HTTP, de manière à être consulté par un navigateur).

À son origine, le site est constitué d'un seul document, assez volumineux (50 000 signes, soit une trentaine de pages), découpé en quatre parties⁸ (car les modems de l'époque sont souvent limités à 2,4 kb/s...), disponible librement sur un serveur du MIT (rtfm.mit.edu). On peut le consulter comme un texte (téléchargement par FTP) ou comme un message issu d'un forum

⁷ Chan, Terry (s. dir.), 1994. *alt.folklore.urban Frequently Asked Questions* [Part 1 of 4]. Consulté le 31 août 1994.

⁸ « Part 1 - Introduction to the newsgroup and the FAQ list. Part 2 - General administrative and other notes on urban legends (ULs) and the newsgroup (e.g., bait for for "trolling.". Part 3 - Major Categories of ULs Covered in the FAQ. Part 4 - Credits and some references » Ibid.

(téléchargement par NNTP). Depuis février 1996, les informations sont accessibles sur un site par <http://www.urbanlegends.com>, et par <http://www.tafkac.org> également depuis juillet 2000.

Le document disponible alors n'est autre qu'une FAQ (acronyme de *Frequently Asked Questions*, ou de *Foire Aux Questions*) liée à l'activité du forum nommé *alt.folklore.urban* (encore très actif en 2003). Le principe d'une FAQ est de rédiger un document qui mette à la disposition de tous les membres de la communauté la liste des questions les plus souvent posées et les réponses qui y ont été apportées. Dans le cas de *alt.folklore.urban*, la FAQ peut être consultée sur le serveur du MIT ; de plus, elle est « postée » tous les quinze jours sur le forum.

Figure 4. Copie de l'écran d'accueil du site <http://www.urbanlegends.com>

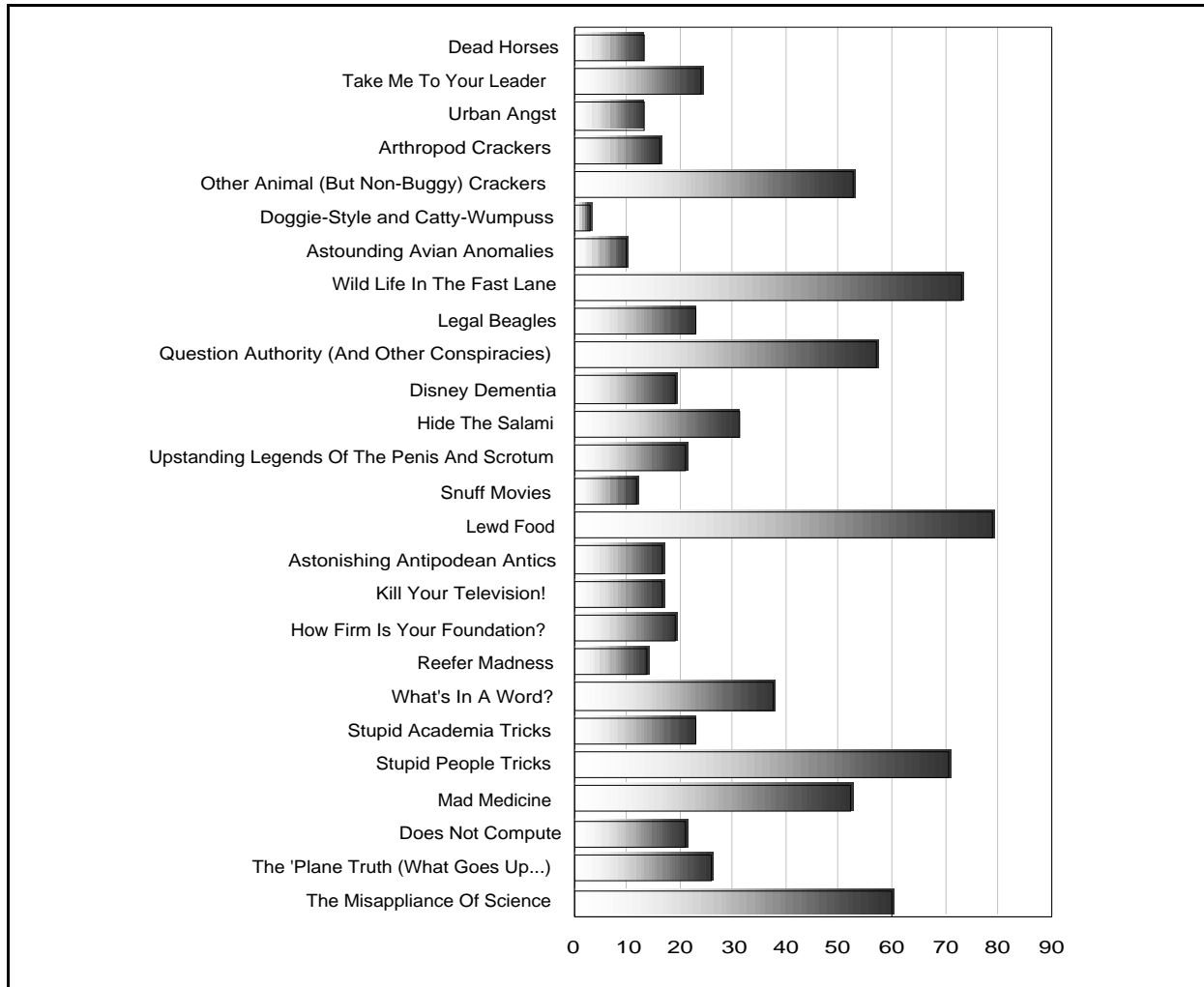


L'argumentaire scientifique qu'on y trouve est sommaire, mais l'éthos – pour ainsi dire – est déjà en place : une grille de véracité progressive (de « *Vrai* » à « *Faux* » en passant par cinq grades intermédiaires⁹), un système de références (ouvrages de Jan Harold Brunvand, lettre trimestrielle de Paul Smith, renvoi à d'autres sites ou *newsgroups*), un humour souvent potache, un positivisme prudent, etc. Deux exemples : après l'abréviation « *U* » désignant toute proposition « *incontestée et peut-être incontestable* », l'histoire de la « *vieille / sénile dame [qui] place son chien dans le four à micro-ondes pour le sécher – il meurt dans*

⁹ « *T = 100 % scientific truth ; Tb = believed true, but not conclusively proven ; F = 100 % falsehood ; Ft = A legend, mostly untrue, but with a true occurrence or known origin ; Fb = believed false, but not conclusively proven ; U = unanswered and may be unanswerable ; P = Maybe it didn't happen, but it's scientifically possible (used extremely sparingly, where the opposite is expected, as it could apply to just about every legend) » Ibid.*

l'horreur / il vit le temps d'aboyer », ou après l'abréviation « T » désignant toute rumeur « scientifiquement vraie à 100 % » l'histoire d'une « litière de chat qui a été mesurée radioactive en mai 1991 à Berkeley, Californie »¹⁰. On y trouve une liste croissante de rumeurs, blagues et autres légendes urbaines (environ 300 en 1994, près de 800 en 2003 — cf. Figure 5).

Figure 5. Liste des 26 catégories sur www.urbanlegends.com, et nombre de rumeurs traitées dans chacune d'elles (pour un total de 800 environ)



Source : <http://www.tafkac.org>

Très rapidement, d'autres sites emboîtent le pas de *alt.folklore.urban*. Pourquoi ce soudain engouement ? L'apparition des virus informatiques peut-être, car elle a entraîné corrélativement des fausses alertes au virus, messages rapidement qualifiés de rumeur ; de nombreux sites dédiés aux rumeurs informatiques sont apparus, et ont fait le lit des sites consacrés aux rumeurs généralistes. Plus sûrement, les sites consacrés à la rumeur paient leur tribut à la nouvelle mode des rumeurs et des légendes urbaines des années 1980. Une nouvelle littérature, à la fois profane et spécialisée, apparaît en effet : le meilleur exemple est la longue liste d'ouvrages de Brunvand, compilations hilarantes et documentées, qui se multiplient à partir des années 1980. L'Europe n'est pas en reste : les articles scientifiques et les ouvrages

¹⁰ « U. Old / ditzy woman puts dog in microwave to dry it out - it dies gruesome death / lives to bark again. (...) T. Radioactive cat litter found in May 1991 in Berkeley, Calif ». *Ibid.*

abondent (Marc, 1987 ; Kapferer, 1987 ; Morgan & Tucker & Voline, 1988). Dernière raison probable : l'engouement généré par le réseau Internet lui-même, qui prend son essor dans ces mêmes années, confiné d'abord dans le milieu universitaire (et plus particulièrement en recherche informatique) avant d'exploser dans le grand public grâce à la conjonction de l'équipement des ménages en micro-ordinateurs et de la standardisation des pages multimédia (textes, images fixes, images animées, son) autorisée par le langage HTML de Tim Berners-Lee.

Figures 6, 7, 8 et 9. Portrait des fondateurs de www.urbanlegends.com (AFU, 1991-...)



À gauche : Peter van der Linden (au fond, premier à gauche) et Sean Willard (au fond, troisième à gauche) avec des amis. À droite, Peter van der Linden et Sean Willard de part et d'autre de la voiture de PvdL...



Source : <http://pvd1.best.vwh.net/Umist/black.html> et <http://eetd.lbl.gov/STAFF/ChanTW.html>

C. Portrait des successeurs

Parmi les sites qui prennent modèle et qui prolongent *alt.folklore.urban*, on peut en distinguer quatre¹¹. Par ordre chronologique, ce sont un site officiel et trois sites profanes. Ils sont tous localisés en Amérique du nord, ce qui n'est probablement pas l'effet du hasard. Encore une fois, les explications peuvent être d'ordre technique (Internet est né en Europe, mais a connu son essor premier en Amérique du nord), linguistique (l'anglais a été longtemps et est encore en partie la langue de la majorité des sources médiatiques) ou culturelle (un attrait particulier pour les études culturelles, le folklore et le savoir populaire).

I. L'officiel CIAC (1995)

En 1989, après une attaque de virus particulièrement médiatisée¹², le Ministère de l'énergie américain (responsable de la gestion du parc nucléaire civil) met en place à l'intention de ses employés un service spécialisé, le Computer Internet Advisory Council (CIAC). Le but premier est de lutter contre les virus informatiques qui commencent de pulluler, mais, très rapidement, le CIAC se rend compte¹³ qu'il perd davantage de temps à démentir les fausses alertes qu'à lutter contre les vrais virus.

En 1995, à côté d'une liste de virus avérés, le CIAC met donc en place une liste de fausses alertes¹⁴, intitulée « Internet Chain Letters », recensant 12 chaînes de lettres. Rebaptisée *Hoaxbuster* en 2000 (en référence au film *Ghostbusters* de 1984, ou aux aspirateurs *Dustbuster*, valeur sûre de la culture domestique américaine), c'est là la première forme d'un site de référence sur le folklore informatique contemporain. Le site est accessible par <http://hoaxbusters.ciac.org> depuis décembre 1997. Un moteur de recherche complète le dispositif depuis 2002.

Avec le temps, et le nombre considérable de fausses alertes, il évolue, et la simple liste se complète avec des rubriques pratiques : le coût théorique des rumeurs sur Internet (40 millions de dollars...¹⁵), les signes pour reconnaître une chaîne de lettres (trois traits

¹¹ Le choix est injuste naturellement ; il reflète, non leur importance – impossible à évaluer – mais leur côté emblématique. On trouvera une liste quasi-exhaustive des sites consacrés à la rumeur sur *Yahoo Directory on Urban Legends*. http://dir.yahoo.com/Society_and_Culture/Mythology_and_Folklore/Folklore/Urban_Legends

¹² C'est la première sur le réseau Internet, alors balbutiant. En novembre 1988, Robert Morris, le fils d'un des principaux scientifiques du National Computer Security Center, libère un « ver », qui se diffuse automatiquement et affecte rapidement les 6 200 usagers du réseau. Après enquête, et malgré ses protestations (il plaide une erreur de programmation), il est condamné à une peine de prison avec sursis et une amende. Cf. Jean-Yvon Birrien, 1992 : 104. *Histoire de l'informatique*. Presses universitaires de France, coll. « Que sais-je ? », 127 pages.

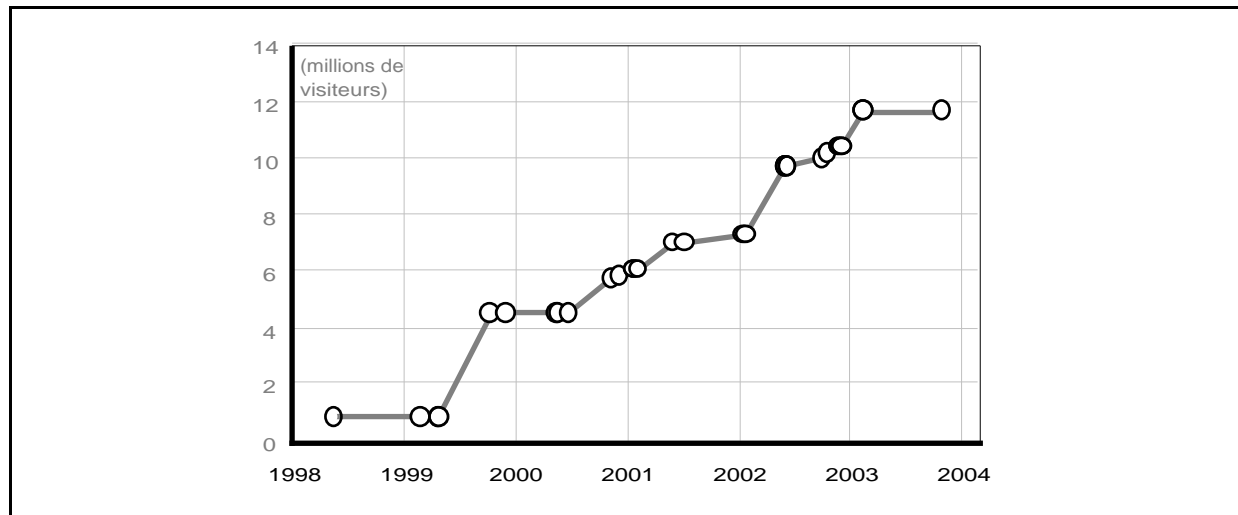
¹³ « *This page exists because the CIAC indicates it spends more time debunking hoaxes than handling real virus incidents.* » Beckman, David & David Hirsch, 1997 : 86. « While you were out... ». *ABA Journal*. Vol. 83, n° 6 (juin).

¹⁴ Les fausses alertes apparaissent dès 1988. Cf. Ferbrache, D., 1991. *A Pathology of Computer Viruses*. Berlin : Springer-Verlag.

¹⁵ « *50,000,000 people * 1/60 hour * \$50/hour = \$41.7 million* ».

distinctifs : une rumeur comprendrait une accroche, une menace, et une prière¹⁶), les motivations des auteurs (la curiosité, la manipulation, la lutte contre d'autres chaînes de lettre, la calomnie¹⁷), etc. L'audience du site du CIAC est grande : entre 1995 et 2003, le site a été consulté par 14 millions d'internautes (cf. Figure 10).

Figure 10. Audience du site *hoaxbusters.ciac.org*

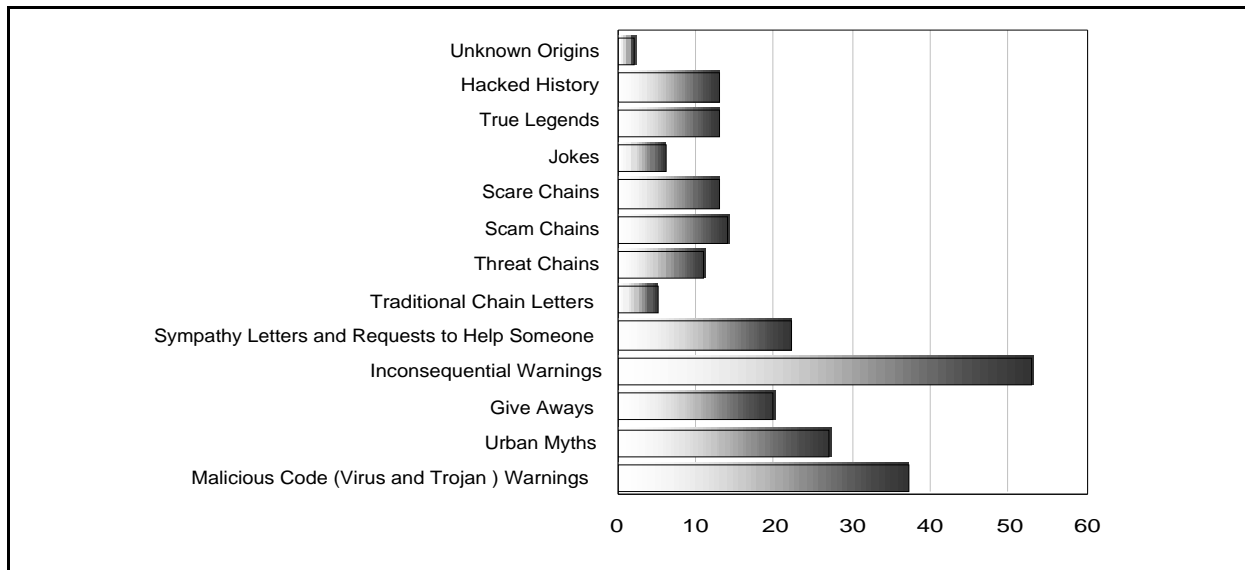


De plus en plus complet, il propose aujourd'hui une liste de 236 fausses alertes, classées en 13 catégories (cf. Figure 11). Depuis le début, il est rédigé par un auteur anonyme, qui émarge au Lawrence Livermore National Laboratory (Université de Californie) sous contrat avec le Ministère de l'énergie.

¹⁶ « Chain letters and most hoax messages all have a similar pattern. From the older printed letters to the newer electronic kind, they all have three recognizable parts : A hook. A threat. A request. »

¹⁷ « Only the original writer knows the real reason, but some possibilities are : To see how far a letter will go. To harass another person (include an e-mail address and ask everyone to send mail, e.g. Jessica Mydek). To bilk money out of people using a pyramid scheme. To kill some other chain letter (e.g. Make Money Fast). To damage a person's or organization's reputation. »

Figure 11. Liste des 13 catégories sur *hoaxbusters.ciac.org*, et nombre de rumeurs traitées dans chacune d'elles (pour un total de plus de 200 environ)



Source : <http://hoaxbusters.ciac.org/HBHoaxCategories.html>

II. Le proluxe SNOPEs (1995)

En 1995 également naît le petit phénomène des sites consacrés à la rumeur, *snopes.com*. Réalisé à la va-vite (couleurs criardes, maquettes approximatives, etc.), il tente et réussit le pari de faire le catalogue exhaustif de rumeurs et légendes contemporaines sur Internet. Dès le début, il prétend faire la liste des « légendes urbaines » dans un sens extensif, incluant « *la mésinformation, les bons vieux contes, les étranges histoires de l'actualité, les rumeurs, et les potins sur les stars* »¹⁸.

Le nom du site, *Snopes*, est tiré de l'œuvre de Faulkner où il est porté par une famille au destin aussi tumultueux que tragique. D'abord hébergé sur un serveur commercial (best.com), le site acquiert son identité actuelle en 1997, en déposant le nom *snopes.com*¹⁹. L'humour est encore à l'honneur, réactualisé par les signatures délirantes de la principale contributrice, Barbara Mikkelson (qui s'ingénie à placer entre ses deux patronymes ce qu'elle a appelé un « internyme » : une série de mots entre guillemets, à la façon d'un surnom, qui servent tantôt de morale à l'histoire, tantôt de commentaire...). Mais il ressort surtout du travail considérable qui est réalisé une impression de sérieux, d'abnégation, d'intégrisme du fait...

La validation apportée aux récits par l'équipe de *snopes.com* est basée sur une grille de véracité progressive, de « *Vrai* » à « *Faux* » en passant par trois grades intermédiaires²⁰. Les sources

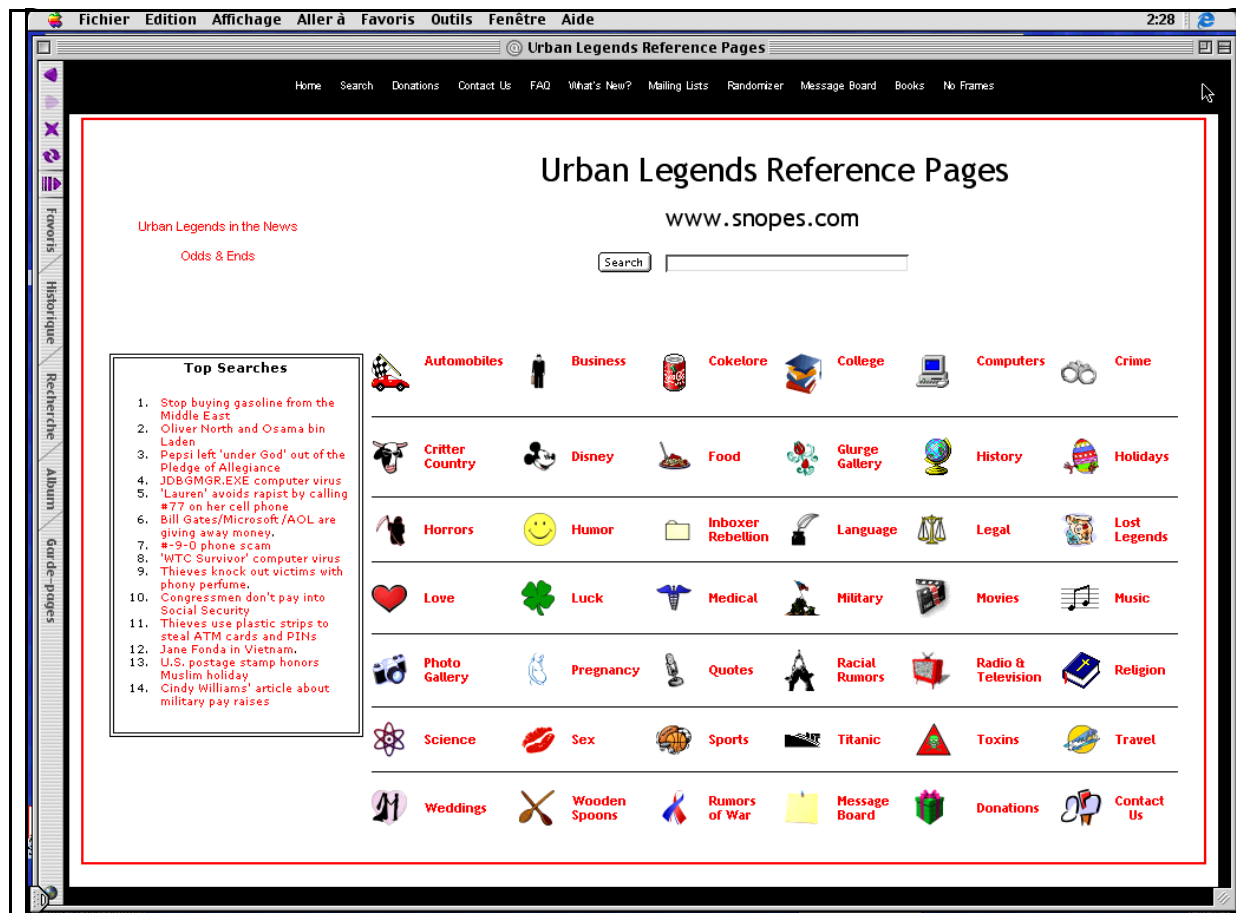
¹⁸ « *We are following the more expansive popular (if inaccurate) use of "urban legend" as a term that embraces not only urban legends but also misinformation, old wives' tales, strange news stories, rumors, and celebrity gossip* ». <http://www.snopes.com/info/quick.htm> (consulté le 1^{er} janvier 2000)

¹⁹ Cf. <http://www.whois.org>

²⁰ « *Identifies a true statement. Identifies a false statement. Identifies an item with multiple truth values — see page for details. Identifies a statement of undetermined or ambiguous veracity. Identifies a legend of indeterminate origin or unclassifiable veracity.* » <http://www.snopes.com/business/hidden/hidden.asp>

sont journalistiques pour l'essentiel, n'excluant pas une enquête personnelle à l'occasion ; ainsi l'animatrice principale du site n'hésite-t-elle pas à contacter les dix compagnies d'aviation les plus importantes pour savoir s'il est vrai qu'elles offrent un billet à vie aux bébés nés en plein vol...²¹

Figure 12. Copie de l'écran d'accueil du site <http://www.snopes.com>



Les centaines de récits (près de 1 800 en 2003²²) sont classés en rubriques, hétérogènes mais exhaustives (7 en 2000²³, 33 en 2002²⁴, 41 en 2003²⁵), dont la plupart sont aujourd'hui

²¹ « Trying to get to the bottom of this tale, in 1994 I wrote letters to ten airlines as well as Transport Canada. I heard back from five airlines: Canadian, KLM, Qantas, US Air and Delta. (Delta called instead of writing.) » « Legend: A baby born in-flight is given free air travel by the airline for the rest of his life ». <http://www.snopes.com/pregnant/airbaby.htm>

²² <http://www.snopes.com/info/donate.asp>

²³ « Free Products ; Politics/Outrage ; Glurge ; Missing & Sick Children ; Safety Warnings ; Health Warnings ; Scams » Cf. <http://www.snopes.com/info/quick.htm> (consulté le 1^{er} janvier 2000)

²⁴ « Rumors of War ; A World of Luck; Automobiles; Business; Cokelore; College; Computers; Critter Country; Disney; Glurge Gallery; History; Horrors; Humor; Inboxer Rebellion; Language; Legal Affairs; Lost Legends; Love; Military; Movies; Music; Pregnancy; Questionable Quotes; Radio & Television; Religion; Science; Sex; Titanic; Toxin du jour; Travel; Weddings; Wooden Spoons; Christmas » Cf. <http://www.snopes2.com> (consulté le 1^{er} janvier 2002)

²⁵ « Autos ; Business ; Cokelore ; College ; Computers ; Crime ; Critter Country ; Disney ; Food ; Glurge Gallery ; History ; Holidays ; Horrors ; Humor ; Inboxer Rebellion ; Language ; Legal ; Lost Legends ; Love ; Luck ; Medical ; Military ; Movies ; Music ; Photo Gallery ; Politics ; Pregnancy ; Quotes ; Racial ; Rumors ; Radio & TV ; Religion ; Risqué Business ; Science ; Sports ; Titanic ; Toxins ;

décomposées en une série de sous-catégories (14 pour la seule catégorie « Business », par exemple ²⁶, qui compte 147 récits à elle seule !). Depuis sa création, de nombreuses améliorations ont été apportées au site, en sus de sa constante et étonnante prolixité : un moteur de recherche performant, un forum très actif, une lettre d'information hebdomadaire...

Émanation d'une énigmatique San Fernando Valley Folklore Society, qui cache mal son unique membre et fondateur, David P. Mikkelson, ancien membre de la communauté *alt.folklore.urban* (il y dépose des messages depuis 1992), le site a commencé petit pour être aujourd'hui parmi les plus cités : cela fait deux ans que le magazine *Time* l'élite parmi les 50 meilleurs sites Web américains ²⁷... La plupart des articles sont signés Barbara, même si dans la FAQ, il est dit qu'il y a des informateurs ! Quoi qu'il en soit, de tous les sites présents sur le Réseau aujourd'hui, Snopes est sans doute le plus complet et le plus actif.

Figures 13 et 14. Snopes.com (1995-...)



David et Barbara Mikkelson

(<http://www.mrkabc.com/mrkabc/pics/html/snopes01.html> et
<http://www.cnn.com/2001/US/10/03/rec.false.rumors>)

III. Les répliques (Urbanlegends.about.com, Truthorfiction.com, Hoaxbuster.com)

Les trois derniers sites dont il est question ici sont plus rapides à décrire, car leur renommée est moindre et leur contenu très ressemblant aux précédents.

a. Urbanlegends.about.com (1997-...)

Urbanlegends.about.com est un site qui fait partie de l'immense ensemble *about.com*, qui réunit une kyrielle de sites thématiques dirigés chacun par une personne qui coordonne.

Books ; Travel ; Weddings ; Wooden Spoons ; Rumors of War ». Cf. <http://www.snopes.com> (consulté le 1^{er} novembre 2003)

²⁶ « *Bank On It [13] ; Consumer Relations [12] ; Corporate Alliances [17] ; Funny Money [8] ; Hidden Persuaders [8] ; Ingenuity [9] ; Let's Make a Deal [5] ; Marketing 101 [14] ; Mistranslations [6] ; Product Origins [11] ; Redemption Rumors [5] ; Secret Ingredients [8] ; Tax Time [9] ; What's in a Name ? [22]* » <http://www.snopes.com/business/business.asp>

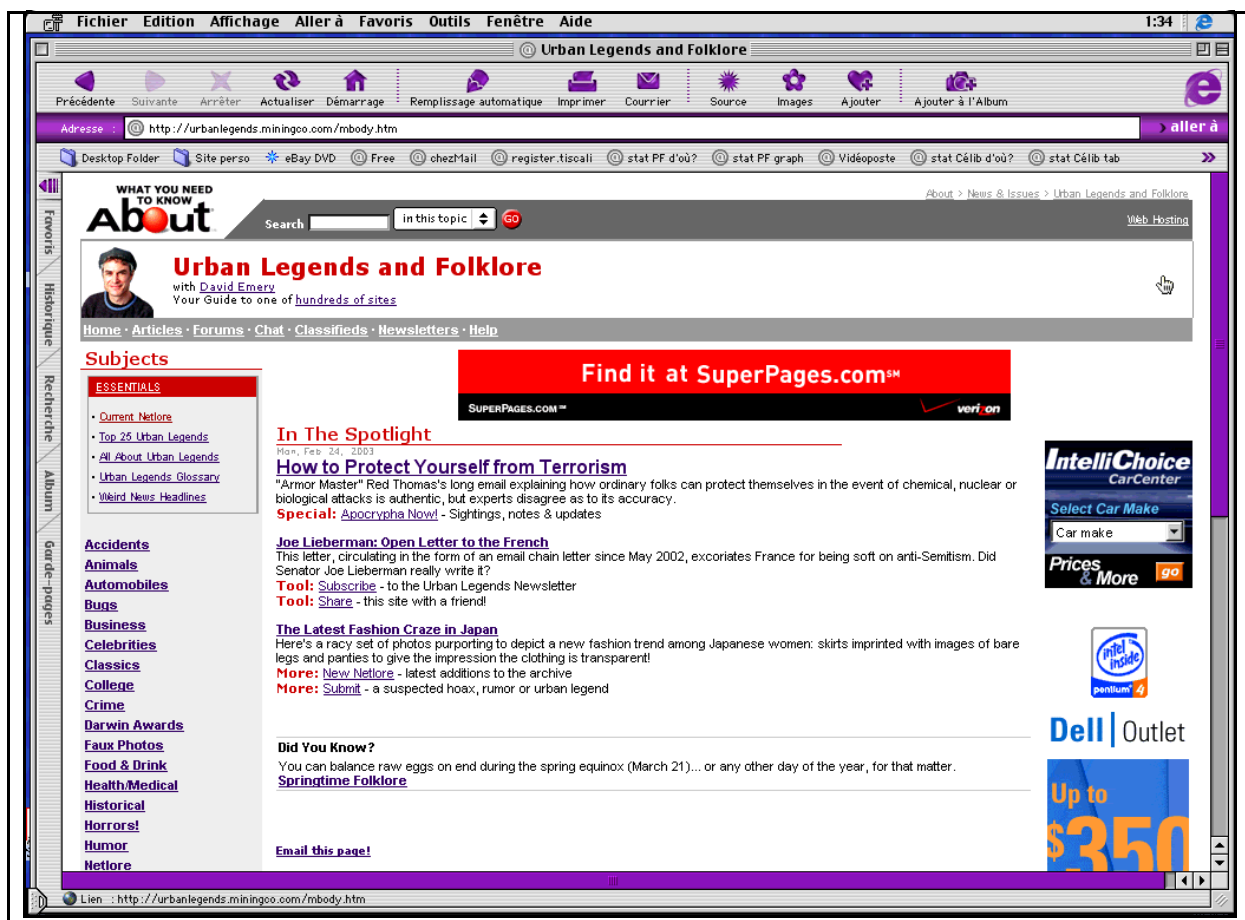
²⁷ Cf. <http://www.time.com/time/2002/tech/best/complete.html> et <http://www.time.com/time/techttime/200306/news.html>

Figure 15. Portrait de David Emery, fondateur d'Urbanlegends.about.com (1997...)



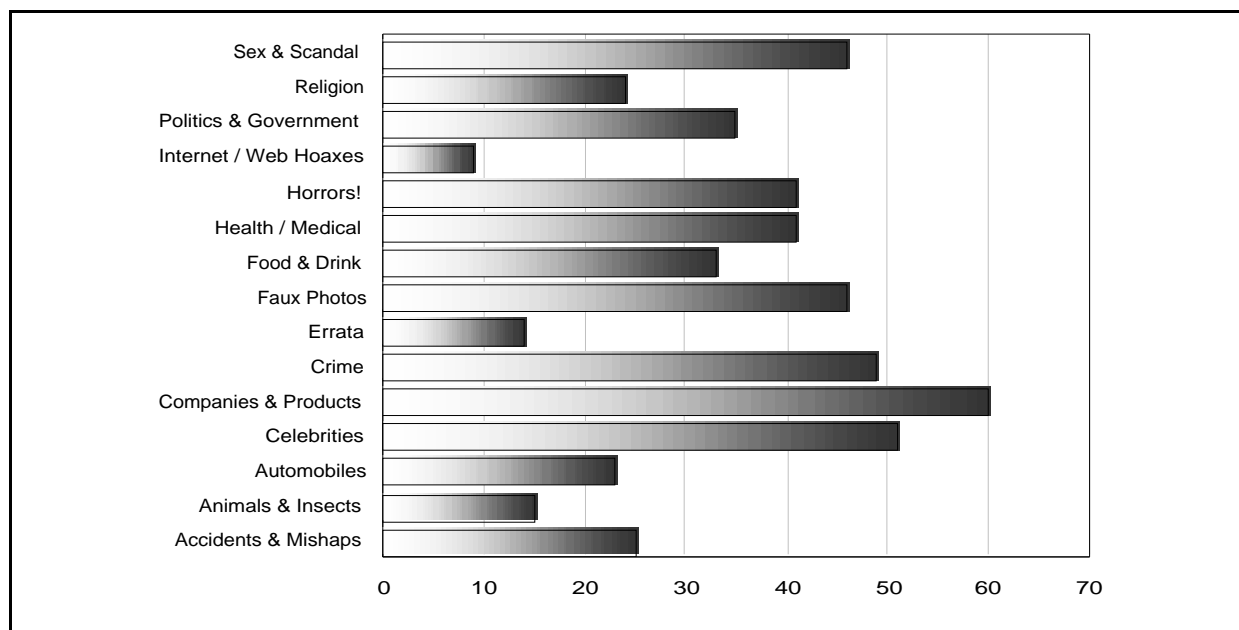
Source : <http://urbanlegends.about.com>

Figure 16. Copie de l'écran d'accueil du site <http://www.urbanlegends.about.com>



Sur urbanlegends.about.com, on trouve plus de 500 cas de rumeurs, mot utilisé dans un sens également extensif, réparties en 15 rubriques.

Figure 17. Liste des 15 catégories sur *urbanlegends.about.com*, et nombre de rumeurs traitées dans chacune d'elles (pour un total de 500 environ)



Source : *urbanlegends.about.com*

b. *Truthorfiction.com* (1998-...)

Truthorfiction.com est un site autonome, déclaré au greffe d'Internet en 1999, qui recense 700 rumeurs en 24 rubriques²⁸.

²⁸ « *Animals ; Attack On America ; Aviation-Space ; Celebrities ; Education ; Food-Drink ; Government ; Household ; Humorous Stories ; Insects-Reptiles ; Inspirational ; Internet-Computers ; Medical ; Military ; Miscellaneous ; Missing Persons ; Pleas for Help ; Politics-Politicians ; Prayer Requests ; Promises ; Religious-Spiritual ; Viruses ; Warnings ; War in Iraq* ». <http://Truthorfiction.com>

Figure 18. Copie de l'écran d'accueil du site <http://truthorfiction.com>



Certaines de ces rubriques reflètent directement la profession du vagemestre (celui-ci est pasteur, et il est donc normal de trouver des rubriques comme « *Religion, spiritualité* » ou « *Demande de prières* »).

Figure 19. Portrait de Rich Buhler, fondateur de Truthorfiction.com (1998-...)



Source : <http://www.cosmik.com/aa-june02/buhler.html>

c. Hoaxbuster.com (2000-...)

Hoaxbuster.com enfin est le seul site francophone présenté ici, créé en 2000 par trois amis férus de nouvelles technologies, qui avouent s'être inspirés de l'un des sites américains sus-cités.

Figure 20. Copie de l'écran d'accueil du site <http://www.hoaxbuster.com>

The screenshot shows the homepage of Hoaxbuster.com. At the top, there is a navigation bar with menu items: Fichier, Edition, Affichage, Aller à, Favoris, Outils, Fenêtre, Aide. The browser title is "HoaxBuster - Première ressource francophone s...". The main header features the "4b hoaxbuster.com" logo and the tagline "Première ressource francophone sur les canals du web".

The page is divided into several sections:

- Hoax Center**: A sidebar menu with links to Informations, Dangers, Variétés, Sondages, Livres, Missions, Forums, Kit webmaster, and Boutique.
- Les vrais virus**: A sidebar menu with links to Info virus and Carte des virus.
- Interviews**: A sidebar menu with links to Pierre H., Serge Roche, and > TOUTES <.
- Dossiers**: A sidebar menu with links to Soams africains, Les hoaxiens, and > TOUTES <.
- Ils en parlent**: A sidebar menu with a link to Monde de l'éducation.

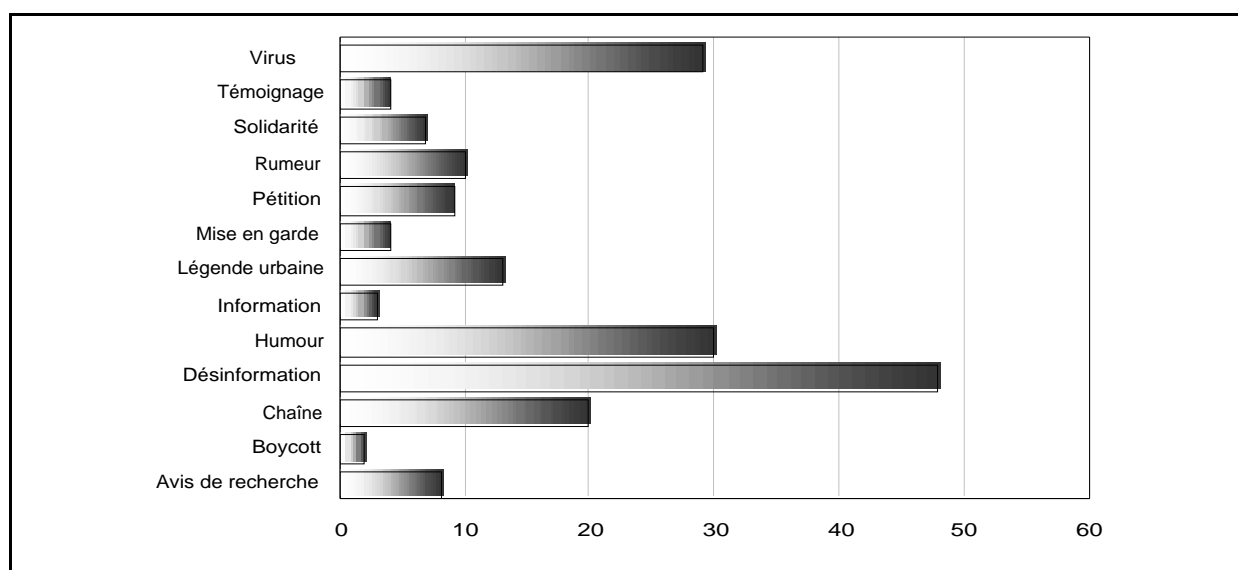
The main content area includes:

- édito**: A text block discussing the prevalence of false information on the web and the site's mission to combat electronic hoaxes.
- PUBLICITE**: A section for advertisements, including a Dell advertisement for a portable computer (INSPIRON 1100, 2GHz, 1314 euros TTC) and a "Légende" section with a color-coded key for article status (Analyse en cours, Vrai, Du vrai, du faux, Faux).
- 4b liste**: A search bar and a list of recent articles under "NOUVEAUX", such as "Welcome to the matrix.pps", "poisons-mails", "Diaporama anti-querre", "L'aves de cafards", "Endormie à l'éther", "Bible des moines", "WTC Survivor", "Amina Lawal", "Virus ACE", and "Vol de carte bancaire".
- hoaxletter**: A section for a newsletter subscription, offering a free subscription for those who participate in the forums.

On the right side, there are advertisements for HP and Compaq Evo N1050v laptops, with the slogan "HP en fait toujours plus pour votre entreprise".

Quoi qu'il en soit, *hoaxbuster.com* recense près de 180 rumeurs, en 13 catégories, et les valide également en fonction des positions relevées dans la presse et les médias en général. Une place particulière est faite à une rubrique « Interview », où sont interrogées des spécialistes des sciences sociales ou des "faiseurs" de rumeurs.

Figure 21. Liste des 13 catégories sur hoaxbuster.com, et nombre de rumeurs traitées dans chacune d'elles (pour un total de 180 environ)



Source : <http://www.hoaxbuster.com/hoaxliste/index.php>

Figure 22. Portrait de Guillaume Brossard, cofondateur d'Hoaxbuster.com (2000-...)



Source : http://www.futuroscope-technopole.com/06_reportage_portrait/dossiers.php?id_la_une=52&id_typ e=1&id_rubrique=0&date_ligne=1023660000

En guise de conclusion

La rapidité à laquelle est esquissé ce portrait des sites de référence sur la rumeur a pour prix la problématisation et l'exhaustivité : si le temps le permettait, il faudrait parler des nombreux sites qui s'ingénient soit à copier soit à compléter les sites les plus novateurs.

En guise de conclusion à ce tableau très descriptif des sites de référence sur la rumeur, on peut évoquer une problématique chère à notre plume. Tous les sites de référence sur la rumeur présents sur Internet sont tous gérés (à l'exception de celui du CIAC) par des bénévoles (cf. tableau *infra*). Ceux-ci sont peu nombreux dans chacun des sites, ont une formation académique pas toujours en rapport avec la rumeur, et dans tous les cas n'ont aucun moyen d'investigation à leur portée (jamais l'ombre d'un budget d'enquête n'est évoquée). Non dénués d'ambitions, les sites de référence sur la rumeur sont dépourvus de moyens.

<i>Sites</i>	<i>Équipe éditoriale</i>	<i>Méthode</i>
urbanlegends.com	Équipe bénévole, composée de 3 personnes : 1 informaticien génial + 2 physiciens des particules	Publication du résultat des discussions sur <i>alt.folklore.urban</i>
snopes.com	Équipe bénévole, composée de 2 personnes : 1 vagemestre (par ailleurs vagemestre professionnel) + 1 personne au foyer	Collecte passive. Vérification tout azimut : bibliothèques, Internet, et parfois le hasard : « <i>So did the rumor that searchers found, in the smoking rubble of the Pentagon, an unscathed Bible. "We eventually found out that it was not a Bible, but a dictionary, because we happen to know somebody who works in the Pentagon who actually went and saw it himself," David Mikkelson said. »</i> » (http://www.cnn.com/2001/US/10/03/rec.false.rumors) « <i>Both of us are familiar with just about every urban legend there's ever been. »</i> » http://www.ojr.org/ojr/ethics/p1017968425.php
urbanlegends.about.com	Équipe bénévole, composée de 1 personne : 1 scénariste (licencié en philosophie)	
truthorfiction.com	Équipe bénévole, composée de 1 personne : 1 ecclésiastique médiatique	Collecte passive. Vérification par Internet. « <i>about 60 or 70% of what we end up posting is found through Internet search</i> » (http://www.cosmik.com/aa-june02/buhler.html).
hoaxbuster.com	Équipe bénévole, composée de 3 personnes : 1 diplômé d'anglais (CAPES) formateur au Centre national d'enseignement à distance (CNED) + 1 chef de projet Internet (vagemestre) + 1 juriste	Collecte passive. Vérification peu explicite. Pour les histoires mettant en cause des grandes entreprises : « <i>Notre premier réflexe est de les contacter, et neuf sur dix, cela suffit pour démontrer que c'est un canular. »</i> <i>Le Monde</i> , 1 ^{er} avril 2000.

Dès lors, on peut s'interroger sur l'habitude qu'ont prise médias et institutions de se référer à ces sites comme garants de la nature rumorale des informations qu'ils contiennent. En d'autres termes, comment se peut-il que « en cas de rumeur » (affaire des seringues dans les sièges de cinéma, affaire de l'avion du Pentagone, etc.), on puisse renvoyer les citoyens sur des sites qui ne sont pas légitimes... ou tout du moins, qui ne sont pas légitimés par des autorités publiques.

*(Texte présenté à la
Première conférence internationale francophone
en Sciences de l'information et de la communication (CIFSIC),
du 28 juin au 2 juillet 2003, à l'Université de Bucarest)*

Disponible sur <http://pascalfroissart.online.fr>