

Ateliers de « collecte de rumeurs »

Pour identifier les rumeurs tout en encourageant le débat et en sensibilisant aux enjeux, il existe une méthode très intéressante: l'organisation d'ateliers de « collecte de rumeurs », d'une durée de deux à trois heures. Là encore, le groupe cible est important, et il convient d'organiser ces ateliers dans un premier temps avec les personnes qui participeront le plus à la SAR, qu'elles soient agents municipaux ou acteurs de la société (dans le cadre du processus de renforcement des capacités). Cependant, il faut aussi organiser ce type d'atelier pour un public beaucoup plus divers, réunissant des habitants de différents horizons. Après avoir réparti les participants en petits groupes de quatre à six personnes, on leur pose les questions suivantes :

- ▶ Avez-vous été personnellement la cible de rumeurs ou de stéréotypes (portant sur le sexe, l'âge, la profession, l'apparence physique, etc.) et si oui, qu'avez-vous ressenti ?
- ▶ Quelles sont les principales rumeurs que vous avez entendues au sujet de votre ville ?

Ces premières questions sont très importantes, car l'un des objectifs est de faire prendre conscience aux participants que nous avons tous été « victimes » de rumeurs et de stéréotypes en certaines occasions. En outre, parler de différents types de rumeurs (rumeurs concernant la ville, le quartier où l'on vit...) aide les participants à mieux cerner la nature des rumeurs et des stéréotypes et à mieux y réfléchir. Promouvoir la prise de conscience, l'empathie et l'esprit critique est un but essentiel de la stratégie, et il faut s'y prendre le plus tôt possible.

On peut poursuivre sur les rumeurs concernant les questions de diversité et les différents groupes sociaux :

- ▶ Quelles sont les principales rumeurs que vous avez entendues concernant les questions de diversité et les habitants de votre ville ?
- ▶ Ces rumeurs portent-elles sur des groupes spécifiques ? Par exemple les immigrants, les réfugiés, les minorités ethniques, les populations majoritaires, les Roms, les musulmans, etc. ?
- ▶ À votre avis, ces rumeurs sont-elles vraies, fausses, exagérées, ou des déformations de la réalité, et pourquoi pensez-vous cela ?

Les groupes présentent leurs résultats, puis les encadrants encouragent un débat et soulignent les principales conclusions (ils commencent aussi à réfléchir aux types d'arguments anti-rumeurs qui ressortent des discussions).



Actions de sensibilisation créatives et participatives

Identifier les rumeurs peut aussi devenir une excellente manière d'attirer l'attention des citoyens et de les sensibiliser au sujet dans le cadre des actions anti-rumeurs (comme nous l'avons dit, le processus d'identification doit être vu comme un *travail en cours* et non uniquement comme une action prédéfinie).

La créativité est un principe crucial de la SAR, qu'il est important d'appliquer à toutes les actions. Pour identifier les rumeurs, de nombreuses villes ont trouvé des méthodes créatives et originales qui ont beaucoup fait parler d'elles, y compris dans les médias. Toutefois, il faut toujours se garder d'alimenter les rumeurs, et donc procéder avec beaucoup de prudence. Le rôle des agents anti-rumeurs est très important ici, et beaucoup d'entre eux contribueront activement aux activités de toutes sortes visant à identifier les rumeurs.

■ **À Nuremberg**, des « *poubelles à préjugés* » ont donné aux habitants l'occasion de se débarrasser de leurs idées reçues. Sur le papier qui leur était fourni, ils pouvaient écrire d'un côté un préjugé ou une rumeur que quelqu'un avait utilisé contre eux, et de l'autre côté un préjugé ou une rumeur qu'ils entretenaient eux-mêmes, puis les jeter à la poubelle.

■ **À Tenerife**, l'équipe anti-rumeurs de l'administration de l'île a mené une « *grande collecte de rumeurs* » dans la commune de Laguna pour recueillir les principales rumeurs circulant parmi les habitants au sujet de l'immigration et de la diversité culturelle. Les participants pouvaient « jeter » les rumeurs et les préjugés dans une grande poubelle, noter leurs impressions sur un panneau et se faire photographier avec un panneau « anti-rumeurs » pour diffuser la photo sur les réseaux sociaux. La collecte a été animée par une vingtaine d'agents anti-rumeurs.

■ La « *bourse aux rumeurs* » organisée à **Lublin** est un moyen simple et astucieux d'amener les habitants à réfléchir aux rumeurs dans un espace public, qui peut aussi, s'il est