La foi déplace… la majorité

Partage international nº 303 – Novembre 2013

La science étudie les phénomènes les plus étranges. Il n'est donc pas surprenant d'apprendre que *« le point de basculement dans la diffusion des idées »* a été soigneusement étudié et que nous savons maintenant l'identifier.

Il suffit de 10 %. Les chercheurs de l'Institut polytechnique Rensselaer (Troy, New York) ont découvert que lorsque seulement 10 % de la population avait une foi inébranlable, leurs croyances finissaient toujours par être adoptées par la majorité de la société. La foi d'une minorité peut déplacer la montagne de la majorité.

Diverses méthodes mathématiques et analytiques ont été utilisées pour découvrir ce point de basculement où une croyance minoritaire devient l'opinion de la majorité. *« Lorsque le nombre de gens engagés en faveur d'une opinion est inférieur à 10 %, il n'y a aucun progrès visible dans la propagation des idées,* déclare Boleslaw Szymanski, directeur de l'étude. *Dès que ce nombre atteint 10 %, l'idée se répand comme une traînée de poudre. »*

Le développement rapide des manifestations populaires en Tunisie et en Egypte semblent présenter un processus similaire, selon B. Szymanski : *« Dans ces pays, les dictateurs au pouvoir ont été subitement renversés en quelques semaines. »*

Un aspect important des découvertes est que le pourcentage de gens engagés en faveur d'une opinion, nécessaire pour changer les croyances de la majorité ne change pas de manière significative selon le type de réseau dans lequel évoluent ces porteurs d'opinion. En d'autres termes, le pourcentage de personnes engagées nécessaire pour influencer une société se maintient à environ 10 %, peu importe comment et où l'opinion apparaît et se propage dans la société.

Pour arriver à leur conclusion, les chercheurs ont développé des modèles informatiques de différents types de réseaux sociaux. L'un des réseaux connectait chaque membre à tous les autres membres du réseau. Dans le deuxième modèle, certains membres étaient reliés à un grand nombre de membres, faisant d'eux des « relais d'opinion », ou des leaders d'opinion. Le modèle final octroyait à chaque membre à peu près le même nombre de connexions. L'état initial de chaque modèle était celui d'un nuage de personnes ayant un point de vue traditionnel. Chacune de ces personnes avait une opinion, mais également l'esprit ouvert à d'autres points de vue.

Une fois les réseaux établis, les chercheurs y ont « introduit » des croyants convaincus. Ces gens étaient complètement ancrés dans leurs points de vue. Lorsque les croyants convaincus ont commencé à échanger avec les tenants du système de croyances traditionnelles, la tendance évolua progressivement, puis commença à changer très brusquement.

« Pour ce faire, les individus dans chaque modèle « parlaient » aux autres de leurs opinions. Si l'auditeur avait les mêmes opinions que l'orateur, cela renforçait la conviction de l'auditeur. Si leurs opinions étaient différentes, l'auditeur la prenait en compte et se déplaçait pour parler à une autre personne. Si cette personne avait déjà cette nouvelle croyance, l'auditeur adoptait alors cette croyance, explique Sameet Sreenivasan, chercheur et auteur de l'article correspondant. *Dès que les agents du changement commencent à convaincre de plus en plus, la situation se met à changer. Les gens commencent à s'interroger sur leurs propres points de vue dans un premier temps et adoptent ensuite complètement la nouvelle vision qui s'étend encore plus. »* Ce type de recherche est essentiel pour la compréhension de la manière dont se diffusent les opinions.

Sources : Sciencedaily.com
Thématiques : Société
Rubrique : Tendances