

> d'information comme plus sûres que d'autres. C'est ce que nous constatons quand les antivaccins accordent davantage de crédit aux membres de leur communauté qu'aux autorités de santé publique ou aux organismes de recherche médicale. Cette méfiance peut résulter de diverses causes : de mauvaises expériences passées avec des médecins ou du sentiment que les institutions publiques servent certains intérêts, par exemple. Elle peut être compréhensible, étant donné la longue histoire de médecins et de chercheurs qui ont ignoré des questions légitimes soulevées par des patients.

Quoi qu'il en soit, le résultat net est que les antivaccins ne se renseignent pas auprès de ceux qui détiennent les meilleures informations sur le sujet. Dans les versions du modèle où les individus ne font pas confiance aux gens ayant des opinions très différentes, on constate que la communauté se polarise et que les individus aux croyances erronées n'apprennent pas des autres.

PRENDRE EN COMPTE LA CONFIANCE SOCIALE ET LE CONFORMISME

Second élément manquant au modèle de base, le conformisme est la tendance, profondément enracinée dans la psyché humaine, des individus à calquer leur comportement sur celui de leur communauté. Quand notre modèle intègre le conformisme, on voit émerger des groupes de gens qui campent sur leurs positions. L'explication est que les agents connectés au monde extérieur ne transmettent plus les informations contredisant les croyances du groupe. Ainsi, de nombreux membres du groupe ne sont jamais confrontés à ces informations.

Le conformisme aide à expliquer pourquoi les sceptiques vis-à-vis des vaccins tendent à se concentrer au sein de certaines populations. Certaines écoles privées sous contrat du sud de la Californie ont des taux de vaccination particulièrement bas. Il en est de même parmi les immigrants somaliens de Minneapolis et chez les juifs orthodoxes de Brooklyn – deux communautés qui ont récemment subi une épidémie de rougeole.

Pour être efficace, la lutte contre l'opposition à la vaccination doit prendre en compte les phénomènes de confiance sociale et de conformisme. Se contenter d'exposer et partager les informations fiables et probantes a peu de chance de réussir, en raison de la défiance de ces populations. Et convaincre des personnes à la fois écoutées par leur communauté et sensibles aux vraies informations de défendre la vaccination serait difficile, à cause du conformisme. La meilleure approche est de trouver des individus ayant suffisamment en commun avec les communautés concernées pour gagner leur confiance. Un rabbin, par exemple, pourrait être à Brooklyn un ambassadeur très

efficace pour une campagne en faveur de la vaccination, tandis qu'en Californie il serait plus judicieux de demander la participation de l'actrice Gwyneth Paltrow.

Pourquoi les opinions tranchées émergent-elles dans les réseaux sociaux ? La confiance sociale et le conformisme peuvent être des éléments de réponse, mais dans certains cas au moins, comme la communauté somalienne dans le Minnesota et les juifs orthodoxes de New York, ils ne sont qu'une partie de l'histoire. Les deux groupes étaient la cible de véritables campagnes de désinformation orchestrées par des opposants à la vaccination.

Les gens pour qui nous votons, les biens que nous achetons, les chanteurs ou les acteurs que nous adorons, tout cela est influencé par nos croyances sur le monde. Des entreprises et des personnes riches et puissantes l'ont bien compris et tentent de façonner les croyances du public pour servir leurs propres intérêts, y compris sur des questions qui touchent à la science. Il serait naïf de croire que les entreprises essayent de modifier les croyances scientifiques en achetant des scientifiques véreux. Cette corruption existe peut-être, mais une analyse détaillée de cas historiques montre qu'il existe des stratégies plus subtiles – et sans doute plus efficaces – utilisées par l'industrie, les États-nations et d'autres groupes. Pour nous protéger de ce type de manipulation, la première chose à faire consiste à comprendre le fonctionnement de ces campagnes de désinformation.

Un exemple classique provient de l'industrie du tabac, qui a recouru à de nouvelles techniques de propagande dans les années 1950 pour combattre le consensus croissant selon lequel fumer tue. Durant les années 1950 et 1960, l'Institut du tabac a publié un bulletin bimestriel intitulé *Tobacco and Health* (« Le tabac et la santé ») qui informait de façon biaisée sur les études scientifiques. On n'y évoquait que celles allant dans le sens de l'innocuité du



Pour parvenir à leurs fins, les lobbies ne font part que des études qui leur sont favorables

