
Rapport d'entretien

ETIC - SES105

Hugo HUBERT/Majd Agoumi - 30 mai 2017



Une envie de cliquer ?

Contexte

Notre groupe s'intéresse aux technologies persuasives. Nous avons ainsi décidé de réaliser deux types d'entretiens : des entretiens s'intéressant à la vision des utilisateurs de ces technologies et à leur niveau de conscience, ainsi que des entretiens concernant des professionnels de ces technologies (concepteurs, chercheurs sur ce domaine etc ...). Voici la retranscription d'un entretien du deuxième type.

Intervenant :

Guillaume Gronier, docteur en psychologie ergonomique, chercheur au LIST (Luxembourg Institute of Science and Technology), il est spécialiste du design persuasif auquel il a consacré un ouvrage référence « *Méthodes de Design UX. 30 méthodes fondamentales pour concevoir et évaluer les systèmes interactifs* » .

Modalité :

30 minutes via le logiciel Skype. Entretien enregistré sous son autorisation pour la retranscription.

Résumé d'entretien

Merci d'avoir répondu positivement à notre requête d'interview. Pour débiter cet entretien, il est d'abord important de bien définir ce qu'est une technologie persuasive. Par exemple pouvez vous nous préciser la différence entre une communication classique et une technologie persuasive ?

Question subtil car il existe également de la communication persuasive. Les origines des technologies persuasives viennent de la publicité, du marketing et de la communication et on a alors décidé de coupler cela avec l'utilisation des technologies. La différence majeure entre les deux est que la communication cherche simplement à informer alors que la persuasion va chercher à modifier le comportement de l'utilisateur, ce dernier point est absent de la communication traditionnelle.

Pensez vous que le but à long terme des technologies persuasives est de créer une addiction chez l'utilisateur ?

L'addiction engendre quelque chose dont on ne peut se passer. Selon moi la persuasion ne vise pas forcément cela. Par exemple on peut chercher à modifier le comportement de façon épisodique, sans vouloir forcer l'utilisateur à rentrer dans une routine.

Une technologie persuasive n'implique pas forcément la création d'une addiction chez les utilisateurs. Il y a un caractère négatif dans l'addiction qui ne se retrouve pas forcément dans la persuasion.

En réalité cette question n'était pas innocente. Notre recherche nous a mené vers certaines entreprises privées comme Dopamine Lab dont l'objectif est d'utiliser des algorithmes de réseaux de neurones pour créer des biais nerveux similaires à ceux qu'on trouve chez des patients addicts. Ainsi ils vendent des technologies persuasives dont le but est d'utiliser les biais de l'addiction pour influencer les utilisateurs.

D'accord, c'est intéressant. Ils veulent donc créer une stimulation artificielle chez l'utilisateur pour créer une routine. Ici on rentre dans une autre forme de persuasion en simulant une addiction. Je ne connaissais pas et en effet dans ce cas cela pose des questions éthiques très importantes.

Pensez vous que la plupart des sites utilisent des technologies persuasives aujourd'hui ou cela reste minoritaire cantonnée à certains réseaux sociaux comme Snapchat ?

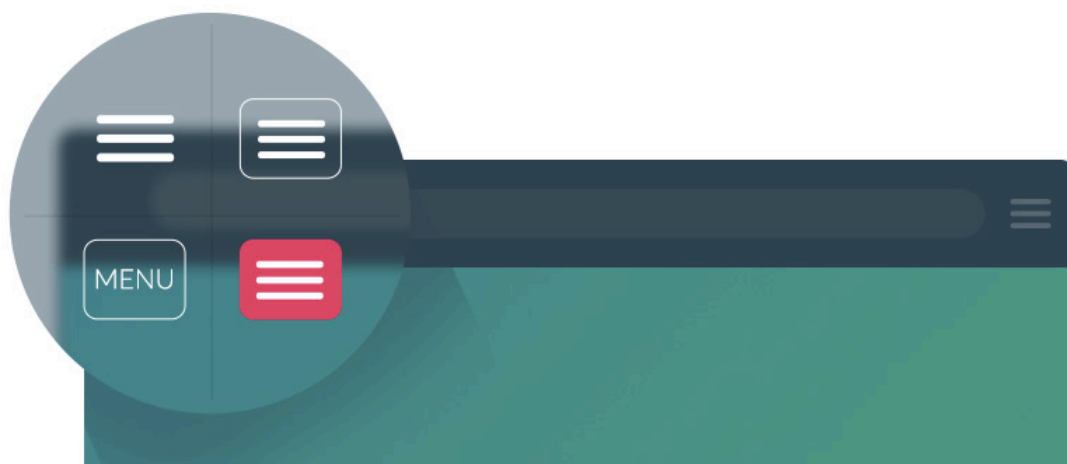
Il y en a de plus en plus, et surtout cela devient de plus en plus subtil. On peut prendre l'exemple de l'application Sleep Cycle qui demande à l'utilisateur si il apprécie l'appli puis si il répond oui le renvoie vers la page du Store où il peut la noter et la commenter. Le fait de répondre oui engage l'utilisateur à aller donner son avis, alors qu'il ne le ferait sans doute pas si on lui avait demandé directement. C'est de la persuasion douce. On retrouve ces éléments assez subtils dans la plupart des applis aujourd'hui.

De part votre métier, êtes vous au courant de la façon dont ces entreprises s'y sont prises pour mettre en place ces technologies persuasives ? Se sont elles appuyées sur des travaux de psychologie, sociologie préétablies ou ont elles mises en place une recherche poussée autour pour optimiser leur impact ?

En réalité cela dépend. Je ne connais pas en détail les méthodes de recherche chez Facebook par exemple mais ils s'appuient au départ sur les connaissances en communication et en psychologie. Par exemple en psychologie sociale, une référence est « *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens* » qui relate de nombreuses études visant à modifier le comportement des gens. C'est un pilier des technologies persuasives. Fogg, le créateur des technologies persuasives, s'en est librement inspiré. Ces études ont mis en place des heuristiques, des grilles pour quantifier le changement de comportement. La difficulté pour ces entreprises est ensuite de mettre en place dans leur projet ces connaissances théoriques ce qui se fait plutôt au cas par cas.

A l'instar du marketing plus traditionnelle et de leur tests dans les supermarchés par exemple, est-ce qu'elles mettent en place des expériences visant à optimiser l'impact de ces technologies persuasives ?

Oui bien sur. Elles mettent en place beaucoup de test AB par exemple. Cela consiste à créer deux pages webs similaires dans leur contenu mais en changeant des éléments de design avec une des deux contenant des éléments persuasifs. On analyse ensuite le comportement des utilisateurs en les redirigeant aléatoirement vers l'une des deux pages. On peut prendre un exemple concret : la mise en place d'un « menu hamburger » ou d'un menu normal dans une page. Ils se sont alors rendu compte que la plupart des utilisateurs ne cliquait pas sur le menu hamburger et était beaucoup plus apte à cliquer sur un menu dont l'intitulé était « menu ».



Différents menus : hamburger et classique

On a pour l'instant surtout parlé de software cad des applications, des sites etc... Pensez vous que les technologies persuasives existent également dans le hardware, comme les smartphones, les montres connectées ?

Dans le hardware, on touche plus au concept d'« affordance », c'est à dire, la façon dont on imagine qu'un objet va réagir à notre comportement (on peut imaginer en voyant un bouton la façon dont il faut l'utiliser, en voyant la forme d'un objet la façon dont il faut le prendre en main ...). Mais cela touche également beaucoup au design, à l'attraction. On retrouve cela dans les secteurs où la concurrence est forte comme l'automobile où chaque constructeur va chercher à véhiculer des émotions à travers son design, rendre la voiture la plus attrayante possible. Sur d'autres secteurs, on se cantonne aux fonctionnalités, on ne travaille pas sur l'attraction comme mon téléphone fixe que j'ai en ce moment sur mon bureau qui est très minimaliste.

Dernière question, en revenant plus sur le côté éti que des technologies persuasives. Ce sont des technologies très nouvelles qui ont un impact fort qu'on peut quantifier par exemple comme vous l'avait précisé avec les tests AB, et pourtant de ce qu'on a vu en réalisant des entretiens naïfs sur les utilisateurs c'est qu'ils semblent peu sensibilisé au sujet. Quand on entend alors le PDG de Netflix déclarer que son seul concurrent c'est le sommeil et qu'il souhaite mettre en place des technologies persuasives sur sa plateforme pour pousser l'utilisateur à consommer le plus possible de vidéos (à la fin d'un épisode, un nouveau se lance automatiquement par exemple), on peut légitimement être inquiet. Est-ce qu'il faudrait que le grand public soit plus sensibilisé à ce sujet et quel rôle doivent jouer les entreprises, les chercheurs ou les associations ?

C'est une bonne question. Selon moi il ne se passera rien si il n'y a pas de volonté politique. Les entreprises n'ont aucun intérêt à annoncer qu'elles souhaitent manipuler leur client. Il faut donc un cadre législatif sinon rien ne sera mis en place. On est tous plongé dedans. On est encore au balbutiement de l'utilisation des technologies persuasives mais quand des techniques plus lourdes vont être mises en place on ne pourra plus faire l'impasse sur une législation. Une possibilité serait de faire une analogie avec les pastilles d'interdiction au moins de 12 ans, et d'afficher une vignette indiquant que des technologies persuasives sont utilisées et que l'on peut chercher à vous manipuler.

Merci beaucoup d'avoir pris le temps pour cet entretien.

Merci à vous, si vous avez un livrable à me transmettre je serai intéressé, c'est un sujet vraiment passionnant.

Décryptage

Entretien très intéressant et qui s'est bien passé qui permet d'avoir l'avis d'un expert dans le domaine. Plus qu'un entretien certains moments relevaient plus du dialogue ce qui était très agréable. Grâce à son recul sur le sujet cela a permis de soulever les questions éthiques derrière les technologies persuasives.