

La captation de l'attention

Ce module va permettre aux élèves de lycée décrypter le concept de captation de l'attention et de prendre conscience des enjeux associés.

Cadrage

Objectifs :

- Définir le concept de captation de l'attention
- Connaître les éléments de captation de l'attention
- Prendre conscience des enjeux associés

Lien avec les programmes disciplinaires

- Niveau : 2nde
- Programme de sciences numériques et technologie de seconde générale et technologique
 - Thématique : Les algorithmes et les programmes
 - Le développement des réseaux sociaux introduit un nouveau type de liens sur le Web, qui ne relève pas de l'hypertexte : il s'agit de l'abonnement à des relations/des amis et de la possibilité de recommander de l'information en fonction du réseau ainsi constitué. Peut-on éviter les phénomènes de communautés liés à des recommandations se renforçant les unes les autres pouvant aller jusqu'à un appauvrissement de la pensée critique ?
- Niveau : 1^{re}
- Programme d'enseignement optionnel de management et gestion de seconde générale et technologique
 - Thématique : Évaluer et évoluer, du pilotage aux développements numériques
 - L'économie numérique offre-t-elle toujours des opportunités de développement ? Apprécier en quoi le développement de l'économie numérique transforme les organisations et la société. Identifier les nouveaux modes de développement des organisations rendus possibles par le développement de l'économie numérique. Caractériser les conditions qui permettent à l'organisation de se saisir des opportunités de développement.

En guise d'introduction

A l'heure de l'omniprésence de l'information sur les réseaux sociaux, ce qui devient rare et précieux c'est l'attention que les internautes portent à telle ou telle information... Et en conséquence, ce qui a de la valeur est le temps qu'ils passent sur tel ou tel réseau social. Patrick Le Lay, PDG de TF1 en 2004 a synthétisé ce concept avec ce slogan resté dans les mémoires : « Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau disponible. »

La captation de l'attention est un concept d'influence et de persuasion des individus qui a pour but de capter et de maintenir leur attention afin qu'ils passent le plus de temps possible sur un réseau social, un site web ou une application.

Quelques définitions

Design captif : Manière de penser et de concevoir une page web, une application pour attirer et maintenir l'attention d'un l'utilisateur



Dark design / Dark pattern : Un dark design / dark pattern est une « astuce » de design digital destinée à tromper l'utilisateur d'une interface digitale (page web, appli, etc.) pour atteindre un objectif marketing ou commercial, voire même, pour réaliser une arnaque ou une escroquerie. (Source : définitions marketing)

Infinite scroll : le scroll infini est une technique selon laquelle le contenu d'une page web se charge au fur et à mesure que l'internaute fait défiler la page vers le bas. Le scroll infini a pour objectif de supprimer la pagination et de proposer l'ensemble du contenu sur une seule et même page. (Source : marketing et e-commerce)

FOMO : La peur de rater quelque chose (FoMO, acronyme de l'anglais fear of missing out) est une sorte d'anxiété sociale caractérisée par la peur constante de manquer une nouvelle importante ou un autre événement quelconque donnant une occasion d'interagir socialement. (Source : Wikipédia)

Contenu de la séquence

Introduction de la problématique

Visionnez la vidéo « Addiction aux écrans : qui nous rend accro et... », produit par France Télévisions, La Générale de Production et Radio France, et publié sur le site Lumni dans la série « les clés du numérique » Lien vers la vidéo : <http://www.lumni.fr/video/qui-nous-rend-accro-aux-ecrans-comment-se-defendre>

Q1. Parmi les éléments ci-dessous, lequel correspond à celui du modèle économique du web ?

1. La volonté de transgresser les règles
2. L'omniprésence de tou.te.s sur les réseaux
3. Le design captif des applications

Les éléments ci-dessous participent-ils à capter l'attention ?

- | | | |
|------------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| 1. Authentification sur un site | <input type="checkbox"/> oui | <input type="checkbox"/> non |
| 2. Les notifications sur téléphone | <input type="checkbox"/> oui | <input type="checkbox"/> non |

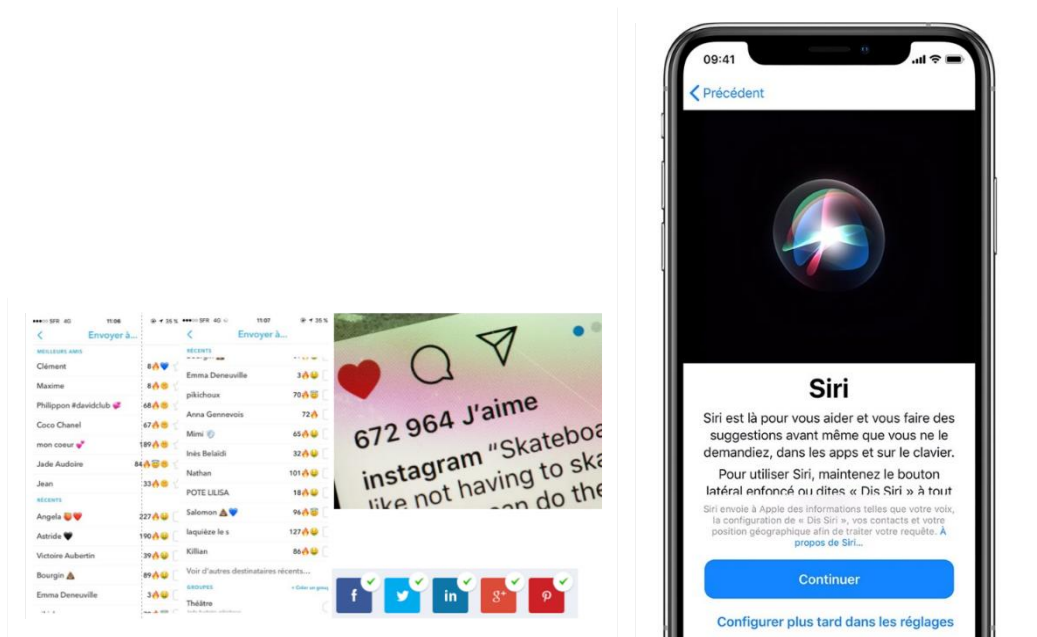
Réponse

L'authentification sur un site n'est pas un élément de captation de l'attention, elle permet de s'assurer de l'identité de la personne qui se connecte. Les notifications font partis des éléments de captation de l'attention car elles incitent, via des bulles et des sons, les utilisateurs à retourner sur l'application.

Q2. Etude des éléments de captation de l'attention

Associez chaque élément de captation de l'attention à la bonne image

1. Titres accrocheurs, incitatifs ;
2. Dark design / dark pattern ;
3. Infinite scroll ;
4. Alertes, notifications, rappels ;
5. Interactions, récompenses, fear out missing out (FOMO)
6. Recommandations, immersion



Enjeux éthiques

Visionnez la vidéo « Réseaux sociaux : Flux à lier », produit par France Télévisions, StoryCircus et Premières lignes, et publié sur le site Youtube dans la série « #Datagueule »

Lien vers la vidéo : https://www.youtube.com/watch?v=G1_ryVCLWoc

Q3. En quoi la captation de l'attention participe au modèle économique du web (plusieurs solutions sont possibles) ?

- En maximisant notre temps sur une application et nous proposer de la publicité
- En nous proposant des contenus qui nous correspondent
- En captant un maximum de nos données personnelles pour cibler la publicité
- En vendant nos données à des publicitaires



Réponses

Q1 : la numéro 3. « Certains mécanismes ingénieux du design ont été mis en place pour garder l'utilisateur en état d'attention et d'action. Par exemple, le mode “lecture automatique” qui relance une vidéo sans votre consentement. » Citation de Geoffrey Dorne, designer et enseignant et Margaux Crinon, enseignant. Extrait du dossier pédagogique la course à l’attention de Canopé (<https://www.reseau-canope.fr/la-course-a-lattention/>)

Q2 :

The collage consists of six numbered images:

- 1:** A smartphone home screen showing various app icons like Contacts, Clock, Calculator, Notes, Photos, Camera, Safari, Business, Messages, WhatsApp, Messenger, LinkedIn, Twitter, Facebook, Casa, and Importation.
- 2:** A smartphone screen displaying the Siri interface with the text: "Siri est là pour vous aider et vous faire des suggestions avant même que vous ne le demandiez, dans les apps et sur le clavier. Pour utiliser Siri, maintenez le bouton latéral enfoncé ou dites « Dis Siri » à tout moment. Siri envoie à Apple des informations telles que votre voix, la configuration de « Dis Siri », vos contacts et votre position géographique afin de traiter votre requête. À propos de Siri..."
- 3:** A YouTube channel page for "Le meilleur de YouTube" with a list of videos including "Musique", "Sport", "Jeux vidéo", "Films", "Émissions", "Actualités", "En direct", and "Mode".
- 4:** A social media post with a large number "4" and a "Message" button.
- 5:** A social media post with a large number "5" and a "672 964 J'aime" count.
- 6:** A Netflix recommendation interface showing various movie and TV show thumbnails.

Q3 : La captation de l’attention participe au modèle économique du web en proposant des contenus, des applications innovantes et qui correspondent aux besoins des utilisateurs (réponse 2), en maximisant le temps passé sur cette application (réponse 1) et en proposant des publicités ciblées (réponse 2). En aucun cas, les données captées par les réseaux sociaux ne sont vendues, elles sont monétisées par les régies publicitaires associées à chaque réseau social en proposant aux annonceurs d’envoyer de la publicité ciblée aux utilisateurs dudit réseau social.