

Appel à Communication
LES JOURNÉES THÉMATIQUES DE
L'[ADRIPS](#)
30-31 mai 2013

De la PERSUASION à la PERSUASION
TECHNOLOGIQUE

Dates-clés

Réception des propositions de communication : **1er mars 2013**

Notification aux auteurs : **15 avril**

Notre [site](#) à visiter sans modération

Les Journées de la Persuasion, pour quoi ?

La question de la persuasion est une des questions centrales de la psychologie sociale d'hier, d'aujourd'hui et de demain. Depuis les travaux princeps de l'École de Yale, de nombreux modèles de la persuasion ont émergé, jusqu'aux plus récents modèles duales de la persuasion.

Si le champ de pertinence des travaux de persuasion se limite à la sphère idéelle, l'ambition vise souvent la modification des comportements.

Force est de poser le double constat que nous sommes exposés à des tentatives de persuasion de plus en plus nombreuses, et que dans le même temps, ces tentatives de persuasion utilisent des canaux de plus en plus variés, perfectionnés, technologiques.

Glissement de la Persuasion à la Persuasion Technologique

Cette persuasion technologique appelée dans un premier temps *CAPTology* (pour Computer As Persuasive Tool, Fogg) s'est élargie à des media variés : téléphonie mobile, e-publicité, flash code, sites web, serious games, e-learning et plus généralement, toute technologie dont l'objectif est de modifier, d'orienter nos comportements ou nos idées. Elle s'inscrit dans des préoccupations sociales et sociétales tout aussi diverses : relations intergroupes, représentations sociales, éducation, marketing, écocitoyenneté, communication, santé, travail et plus largement l'innovation, la créativité, l'acceptabilité...

La multiplicité des technologies, des thématiques, des objectifs visés par les tentatives de persuasion invitent à une vision croisée des savoirs et savoir-faire issus de disciplines voisines (psychologie, ergonomie, informatique, sciences de l'information et de la communication, sciences de gestion et marketing).

Les Journées de la Persuasion, pour qui ?

Ces deux journées sont ouvertes aux chercheurs/professionnels psychologues, ergonomes, informaticiens, marketing, sciences de l'information et de la communication, sociologues ... S'intéressant à la persuasion et/ou à la persuasion technologique.

Axes envisagés

- Théories de la persuasion
- Interfaces persuasives
- Persuasion et santé
- Persuasion et media
- La persuasion sur mesure (tailored)
- Éthique et persuasion

- Apprentissage et persuasion
- Persuasion et relations intergroupes

- Persuasion et développement durable
- Persuasion mobile et ubiquitaire
- Persuasion et applications commerciales

Comment ?

Afin de favoriser les échanges, et impulser des synergies, les deux journées seront organisées en sessions plénières.

Plusieurs contributions sont possibles :

- contributions portant sur des états des lieux (contributions théoriques)
- contributions portant sur des résultats de recherche, fondamentales ou appliquées
- études de cas et retour d'expérience

Plusieurs formats sont possibles :

- communication orale
- communication affichée (poster)

Les propositions de communication (5000 caractères espaces compris) sont à déposer sur le [site](#) des Journées Thématiques.

Les communications peuvent être en français ou en anglais.