

**DARK
PATTERNS
DE L'UTOPIE
AU
CAUCHEMAR
NUMÉRIQUE**

*Quelle est la place de
l'éthique dans le design
d'interfaces ?



Quelle est la place de l'éthique
personnelle dans le design d'in-
terfaces ?

ACCEPTEZ-VOUS DE DONNER L'ACCÈS À VOS DONNÉES
SUR VOTRE VIE, JUSQU'AU MOINDRE DÉTAIL ?

> OUI

NON



INTRODUCTION

● UNE CONFIANCE AVEUGLE

> LA CONFIANCE DANS LES NOUVEAUX MÉDIAS

> LE MARCHÉ DES DONNÉES PERSONNELLES

● LES NOUVEAUX MOYENS DE MANIPULATIONS

> LA CIVILISATION DU POISSON ROUGE

> LA TRANSPARENCE DES ENTREPRISES DANS
L'EXPLOITATION DE NOS DONNÉES PRIVÉES

● LA PLACE DU DESIGNER D'INTERFACE

> LA PLACE DE L'ETHIQUE DANS LE DESIGN NUMERIQUE

> LE DESIGN ETHIQUE

> L'AVENIR DE L'UTILISATION DES DARK PATTERNS

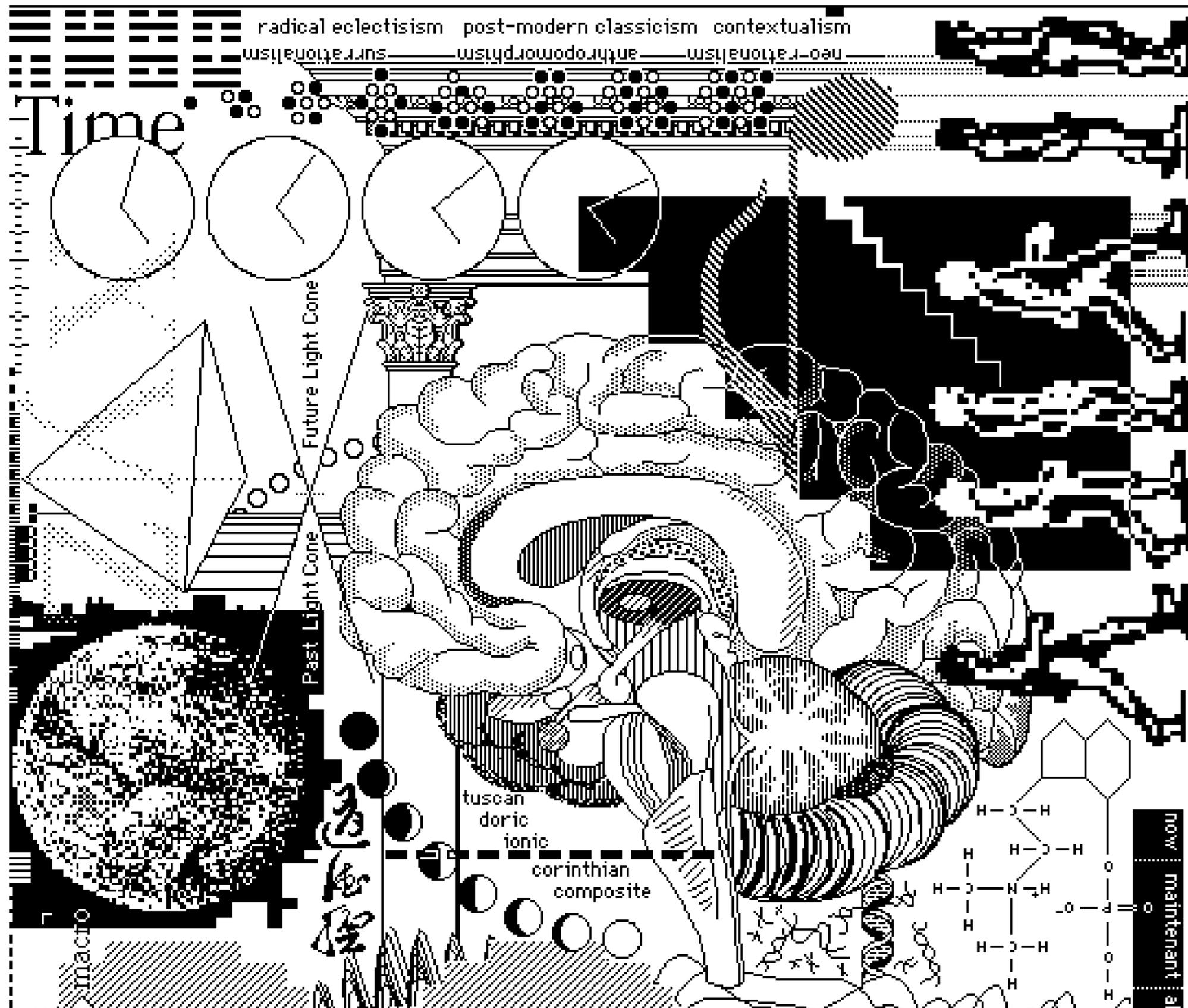
> L'AVENIR DE L'UTILISATION DES DARK PATTERNS

ANNEXES

> ABSTRACT

> WEBOGRAPHIE - BIBLIOGRAPHIE

> REMERCIEMENTS



Jim Leftwich - Time n' Space

>
/ : DARK PATTERNS : DE
L'UTOPIE AU CAUCHEMARD
NUMÉRIQUE

L'expression controversée « **révolution numérique** » qualifie l'explosion de l'informatique et des réseaux internet du milieu des années 90 et par conséquent les **bouleversements qu'elle a causés dans nos sociétés**, notamment l'apparition de nouveaux modes de communication, de sites web privés, publics, commerciaux, etc. De nouveaux outils font leurs apparitions. Google, et son éventail de services comme la cartographie numérique de Google Maps, YouTube, mais aussi Wikipédia, Uber..

... Pour le meilleur et pour le pire, ils sont devenus des assistants du quotidien.

La création de ces outils a dévoilé une nouvelle façon d'interagir avec le monde naissant de la rencontre entre un travail de création d'objets et d'interfaces numériques, et sa prise en main par les utilisateurs. Si les technologies numériques ont façonné nos modes de vie et nos sociétés, c'est en grande partie grâce à la diffusion extrêmement large et rapide de ces outils et à leur capacité d'adaptation à chacun de leurs utilisateurs, alliant subtilité et discrétion.

Les informations du monde numérique sont transmises par des interfaces appelées IHM (Interfaces-Homme-Machine), qui englobe toutes les formes d'écran ou de dispositif visuels permettant à un utilisateur d'interagir avec un appareil.

On peut faire le parallèle avec notre corps qui dispose lui aussi d'organes qui assurent l'interface entre notre cerveau et l'environnement qui nous entoure : nos oreilles, notre nez, nos yeux, ... nous permettent de capter les informations du monde « traditionnel ».

Ces dernières années, le contenu des interfaces a fortement évolué : il est devenu plus accessible, plus souple d'utilisation, permettant aux designers d'interfaces d'exprimer complètement leur créativité.

Cette révolution a créé un esthétisme et une logique de fonctionnement intrinsèque qui lui est bien particulier.

L'utilisateur n'a que très peu conscience de la mécanique mise en œuvre, éminemment réfléchi par ses créateurs.

> /: LA CONFIANCE DANS LES NOUVEAUX MÉDIAS

Devrions-nous faire confiance au numérique comme nous faisons confiance aux écrits, articles de presse et autres médias traditionnels ?

Chaque technologie, en partant des illustrations de la Bible aux écrits contemporains a chamboulé notre perception de la réalité. Il est important de prendre du recul sur l'information que nous ingérons, quelle que soit la forme du média. L'invention du « truquage photo » en est un exemple concret.

L'utilisation de ce mode de manipulation était très utilisée par les dictateurs comme Staline, Hitler ou Mao Zedong, pour faire disparaître, par exemple, leurs potentiels traîtres ou ennemis sur les photographies.

On peut considérer que cette technique servait à une manipulation de masse (de la propagande) car la photographie était un média particulièrement

consommé par une population à l'époque principalement analphabète. Une population qui, face à une technologie qu'ils ne comprenaient pas forcément, semblait obscure donc difficilement trucable.

La révolution numérique actuelle nous a apporté une démocratisation du partage et de la création de l'information, jusqu'alors réservés aux professionnels.

S'ajoutent à ces médias traditionnels un éventail de médias numériques, forums, plateformes de vidéos, réseaux sociaux, blogs... qui donne à tout un chacun la possibilité de créer de l'information, de la commenter, de la rediffuser ou de la modifier. Mais comme toute information, elle peut être biaisée ou fautive. On peut noter les théories du complot durant la crise du covid, les « fake-news », les « deep fake » ou les « trolls ».

Prenons l'exemple de Wikipédia. L'encyclopédie coopérative est massivement consultée par des milliers d'utilisateurs, qui peuvent à leur tour écrire des articles. Mais ses contenus sont-ils toujours véridiques ? Wikipédia admet sa vulnérabilité et reconnaît que l'encyclopédie n'est pas une source systématiquement sûre. Nombreux articles de l'encyclopédie y sont dédiés.

Wikipédia : Wikipédia Is not a reliable source.

« En tant que source générée par les utilisateurs, elle peut être modifiée par n'importe qui à tout moment, et les informations qu'elle contient à un moment donné peuvent être du vandalisme, un travail en cours, ou simplement incorrectes. Les biographies de personnes vivantes, les sujets d'actualité et les sujets politiquement ou culturellement controversés sont particulièrement vulnérables à ces problèmes. »



Cette démocratisation de l'information n'a pas eu que des inconvénients. Les réseaux sociaux et internet peuvent permettre l'accès à la parole des personnes dont les droits sont bafoués ou qui sont exposées à différentes formes de censures, surtout celle des gouvernements. Le gouvernement chinois applique une vaste politique de censure sur internet, en bloquant notamment des sites d'organisations de défense des droits humains comme Amnesty International.

Sur les réseaux sociaux on peut noter les hashtags comme #metoo ou #balancetonyoutuber, qui regroupe et libère la parole de personnes préférant rester dans l'anonymat. Ils aident des groupes opprimés de faire des liens, de s'organiser et de relier des informations alors que les médias traditionnels leurs auraient tournés le dos.

La problématique de la confiance

Chine. Halte à la censure sur Internet Janvier 13, 2010 Amnesty International

Dark patterns : quelle grille de lecture pour les réguler ? CNIL Estelle HARY _ 02 septembre 2019

dans les outils et médias numériques se rapproche de celle des médias traditionnels.

Elle est liée à leur appartenance économique aux grands groupes qui peuvent les biaiser politiquement, ou changer l'influence de l'importance de certaines informations, en changeant leurs places dans la liste de référencement, par exemple.

Pour conclure, il est toujours important de prendre du recul sur les technologies ou biais de communications auxquels nous sommes confrontés. Les nouvelles formes d'expression et de partage de l'information que le numérique nous a apportés sont particulièrement sujettes à la déformation de la vérité.

> /: 2 LE MARCHÉ DES DONNÉES PERSONNELLES

En matière d'exploitation des données personnelles à des fins commerciales, les acteurs du marketing digital n'ont rien inventé. La grande distribution se servait déjà, il y a plus de 40 ans, de cartes de fidélités pour suivre les habitudes des consommateurs.

Elles pouvaient alors influencer sur le comportement d'achat en utilisant nos historiques d'achat pour en déduire nos besoins présents et futurs, et nous inciter à consommer différemment (en général en plus grand quantité, ou plus cher).

La gratuité de la majorité des services du web, notamment des « géants » comme Google, Facebook ou YouTube pose la question du financement de ces services. Ceux-ci emploient plusieurs milliers de personnes, et génèrent chaque années un chiffre d'affaires d'autant plus impressionnant que ces géants du numérique dépassent le PIB de certains pays.

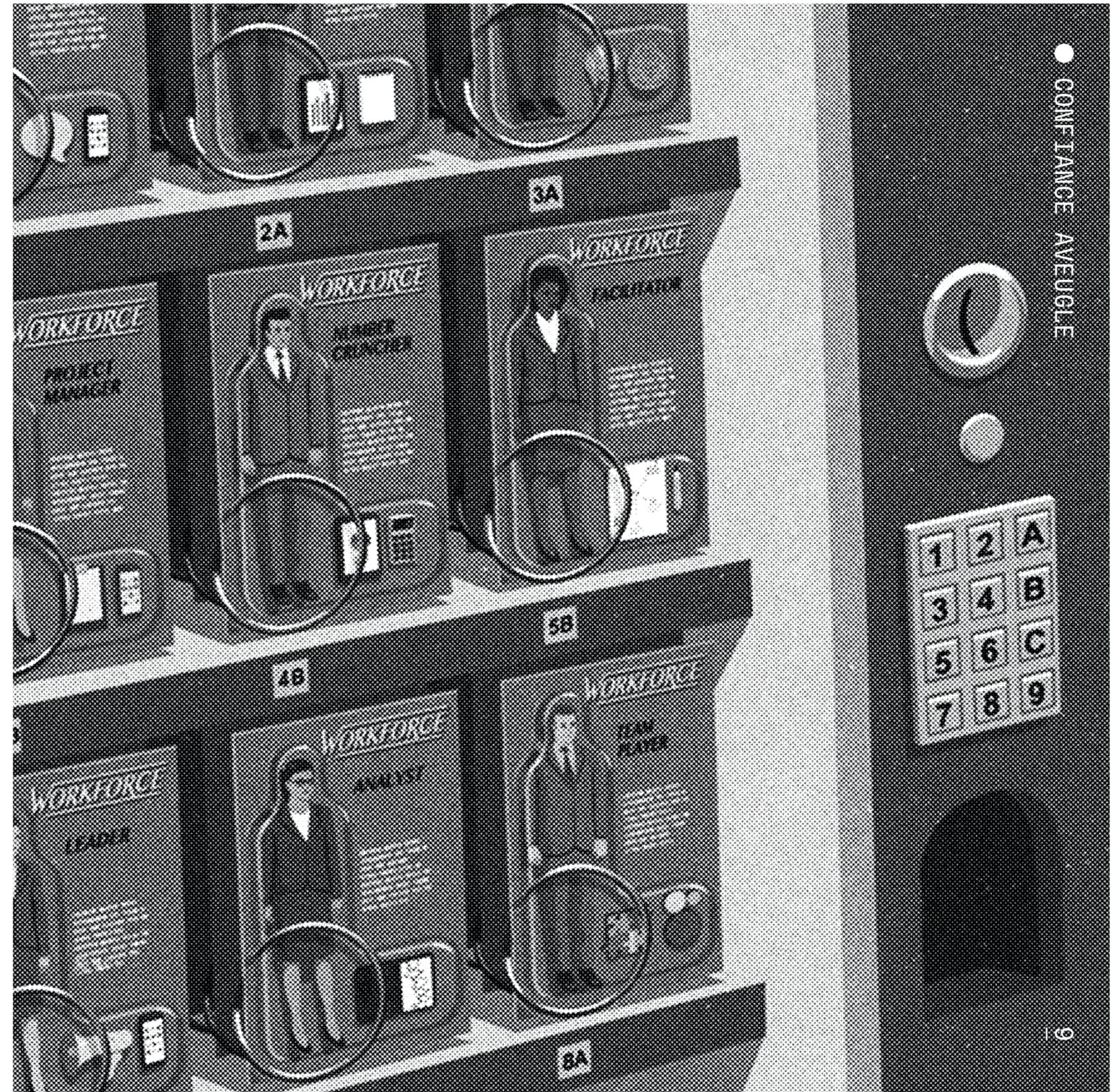
Ces sites, majoritairement financés par la vente de données personnelles de ces utilisateurs, leur permet de garder l'accès à ces services gratuits et donc, accessibles au plus grand nombre. L'expression « *Quand c'est gratuit, c'est toi le produit !* » résume bien ce principe.

Le problème de ce genre de système, c'est que jusqu'en 2013, très peu de lois régulaient ces pratiques : notamment quelles données seraient utilisées et qui pourraient y avoir accès.

En 2013, les préoccupations liées à l'utilisation de la data s'enflamment après les révélations de l'affaire Snoden : d'après les documents qu'Edward Snowden a dérobé à son employeur (la National Security Agency ou NSA), les services de renseignement pouvaient - et peuvent toujours - pister n'importe quel internaute en accédant à ses données en ligne grâce à la collaboration des géants d'Internet et des opérateurs télécoms américains.

Au fur et à mesure des années, les fuites de données d'entreprises privées ou des affaires de « fichage » de la population par les gouvernements se sont multipliées. Ces affaires **établissent le constat d'un système opaque dans lequel l'utilisateur n'est pas maître de ses données personnelles.**

> Cinq ans après Snowden, la surveillance continue Florian Débes 2018
 > NSA : le programme de surveillance révélé par Edward Snowden était illégal Les Echos 2020
 > Surveillance : quel bilan tirer, cinq ans après le début des révélations d'Edward Snowden ? Martin Untersinger 2018



```

    Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do
    eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis
    ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas
    accumsan id blandit.

    @media (min-width: 0px) and (max-width: 755px) {
      gridCentered {
        width: 504px;
      }
      gridCentered,static:nth-child(-n+2) {
        position: static !important;
        visibility: visible !important;
        float: left;
        display: block;
      }
    }
    @media (min-width: 756px) and (max-width: 1007px) {
      gridCentered {
        width: 756px;
      }
      gridCentered,static:nth-child(-n+3) {
        position: static !important;
        visibility: visible !important;
    
```

```

    Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do
    eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis
    ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas
    accumsan id blandit.

    @media (min-width: 0px) and (max-width: 755px) {
      gridCentered,static:nth-child(-n+2) {
        position: static !important;
        visibility: visible !important;
        float: left;
        display: block;
      }
    }
    @media (min-width: 756px) and (max-width: 1007px) {
      gridCentered {
        width: 756px;
      }
      gridCentered,static:nth-child(-n+3) {
        position: static !important;
        visibility: visible !important;
        float: left;
        display: block;
      }
    }
    @media (min-width: 1008px) and (max-width: 1267px) {
      gridCentered {
        width: 1008px;
      }
      gridCentered,static:nth-child(-n+4) {
        position: static !important;
        visibility: visible !important;
        float: left;
        display: block;
      }
    }
    @media (min-width: 1268px) and (max-width: 1512px) {
      gridCentered {
        width: 1268px;
      }
      gridCentered,static:nth-child(-n+5) {
        position: static !important;
        visibility: visible !important;
        float: left;
        display: block;
      }
    }
    @media (min-width: 1513px) and (max-width: 2267px) {
      gridCentered {
        width: 1513px;
      }
      gridCentered,static:nth-child(-n+8) {
        position: static !important;
        visibility: visible !important;
        float: left;
        display: block;
      }
    }
    @media (min-width: 2268px) and (max-width: 2519px) {
      gridCentered {
        width: 2268px;
      }
      gridCentered,static:nth-child(-n+10) {
        position: static !important;
        visibility: visible !important;
        float: left;
        display: block;
      }
    }
  
```

« La civilisation du poisson rouge » de Bruno Patino, parut en 2019

> /: LA CIVILISATION DU POISSON ROUGE

D'après le livre « La civilisation du poisson rouge » de Bruno Patino, parut en 2019, le concept de "civilisation du poisson rouge" fait référence à l'hypothèse selon laquelle les utilisateurs d'internet seraient de plus en plus distraits et incapables de se concentrer sur une seule tâche pendant une période prolongée. Cette hypothèse est basée sur l'observation que les utilisateurs d'internet qui auraient tendance à passer rapidement d'une tâche à l'autre, comme des poissons rouges dans un aquarium qui nagent d'un endroit à l'autre sans but précis.

Selon cette théorie, la "civilisation du poisson rouge" serait le résultat de l'accès illimité à l'information et aux distractions en ligne, ainsi que de la surabondance de notifications et d'alertes que reçoivent les utilisateurs d'internet. Une étude scientifique (portée par google) a démontré que la durée moyenne de l'attention d'un utilisateur « millenials » (les personnes entre 25 et 35 ans) serait de 9 secondes. Ce manque d'attention pourrait entraîner un manque de capacité à se concentrer sur une tâche pendant une période prolongée, ce qui pourrait entraîner des conséquences négatives sur la productivité et la qualité de vie des utilisateurs et leurs socialisation.

Il est important de noter que cette théorie est controversée et que les recherches sur ce sujet sont limitées. Cependant, il est indéniable que les utilisateurs d'internet sont soumis à un grand nombre de distractions en ligne, et il peut être utile de réfléchir à la manière dont nous gérons notre temps et notre attention en ligne.

>
/ : LA TRANSPARENCE DES ENTREPRISES DANS L'UTILISATION DE NOS DONNÉES PERSONNELLES

L'exigence de transparence est un concept alimenté par la multiplication des crises dans les sociétés contemporaines.

C'est le résultat de **décennies d'opacité d'entreprises**, de médias et d'institutions, et **ce quel que soit la nature des supports de communication** qu'ils utilisent. Ainsi, lors d'événements majeurs, la perception des individus d'être tenus à l'écart ou victimes d'un secret caché sous une chape de plomb n'est plus supportable : **cela conduit à une défiance considérable envers ces institutions.**

Le développement des technologies et des nouveaux médias permet désormais aux individus d'accéder facilement à des données permettant de **vérifier les propos de ses sociétés.**

Nous pensons à tort qu'Internet est un endroit anonymisé et sécurisé, **mais n'importe quelle donnée enregistrée est stockée, que l'utilisateur en soit conscient ou non**, dans des bases de données.

C'est souvent au moment de la **collecte de ces données** (que l'utilisateur n'aurait pas forcément partagées en temps normal) que s'appliquent des **techniques de manipulations** peu éthiques appelées **Dark Patterns**. Ces données peuvent ensuite être revendues aux annonceurs pour qu'ils personnalisent leurs offres commerciales.

Si l'utilisation des données personnelles est uniquement traitée à des fins publicitaires et commerciales, **les utilisateurs doivent être en droit de se questionner sur la valeur de leurs identité numérique.** A-t-elle une valeur sentimentale ? Peut-elle être divulguées sans blesser mes proches ? Ne révèlent-elles pas un aspect de ma personnalité que je ne souhaite pas montrer ? Ces données personnelles ont une **valeur pécuniaire**. Au lieu de laisser certaines entreprises les revendre, l'utilisateur préfèrerait sans doute les revendre lui-même, ou ne pas les partager. L'exemple du **sondage rémunéré** illustre parfaitement comment une entreprise pourrait humaniser le travail de sondage de clientèle sans devoir passer

Utilisation de données personnelles : vos obligations d'information vis-à-vis de l'internaute Bercy Infos, le 22/08/2019

La confiance à l'ère du numérique : enjeux et défis Abdelali Adil 2022

Hors la transparence, point de salut ? 2006

Dark patterns : quelle grille de lecture pour les réguler ? CNIL Estelle HARY _ 02 septembre 2019

Dark patterns : quelle grille de lecture pour les réguler ? CNIL Estelle HARY _ 02 septembre 2019

Dark patterns : quelle grille de lecture pour les réguler ? CNIL Estelle HARY _ 02 septembre 2019

par des moyens cachés et parfois malhonnêtes.

Les utilisateurs aiment-ils être confrontés aux risques qu'ils prennent lors de leurs sessions de navigation ? Comme le résumait il y a quelques années Thierry Libaert*, une des idées les plus répandues de notre époque consiste en effet à penser « qu'il suffirait que tout soit transparent pour que tout fonctionne mieux ».

Alors faut-il être trop transparent ?

En tant qu'entreprise, il est vital de ne pas dévoiler son secret de fabrication, pour se protéger notamment de la concurrence. Il est très risqué de dévoiler ses stratégies marketing car celles-ci sont souvent créées en analysant le comportement des utilisateurs, en utilisant leurs faiblesses et leurs défauts. **Cela pourrait influencer les futurs clients dans leurs positions d'achat et mettre ces stratégies en péril.**

Le fait de dévoiler les vrais rouages de notre société ne plongerait-elle pas les utilisateurs dans une forme de dégoût ou d'anxiété générale ? Les fabricants de vêtements ou de voitures ne dégouteraient-ils pas leurs clientèles s'ils dévoilaient comment sont vraiment fabriqués leurs produits ? L'exemple le plus pertinent est celui des marques de vêtements issus de la fast fashion, dont les révélations sur les conditions de travail de leurs employés (notamment l'effondrement d'un bâtiment hébergeant des ateliers de confection textile et ayant causé la mort de 1 133 personnes)

font encore polémique sur Internet et dans les médias.

Si la publicité nous vend du rêve, il ne faut pas oublier que la transparence est aussi mise en place pour nous vendre de l'authenticité, dont la qualité n'est souvent pas remise en question.

Face à un internaute avide d'accéder facilement aux services et produits qu'Internet lui propose gratuitement, et très exigeant sur la traçabilité et la transparence des entreprises qu'il rencontre, **quelle est la place des sociétés dont la principale source de revenus est celle de la revente de ses données personnelles ?**

> /: LA PLACE DU DESIGNER D'INTERFACES.

Toutes ces interrogations sur l'avenir des sites internet, de leurs financements face aux nouvelles attentes des consommateurs et de l'**avenir d'une société en harmonie avec la technologie de la data** m'ont poussée à faire ce mémoire. L'utilisation des **dark pattern** contribuent à **nuire à la relation**

de confiance entre les entreprises et les clients, ils contribuent au **climat de méfiance** qui règne sur internet. Nous sommes face à des clients déchirés entre la promesse de techniques de manipulations lucratives et performantes contre des solutions moins performantes mais plus éthiques.

Quelle devra être notre position en tant que designer ou directeur artistique face à un client qui voudra utiliser ce genre de tactique, alors que notre travail en

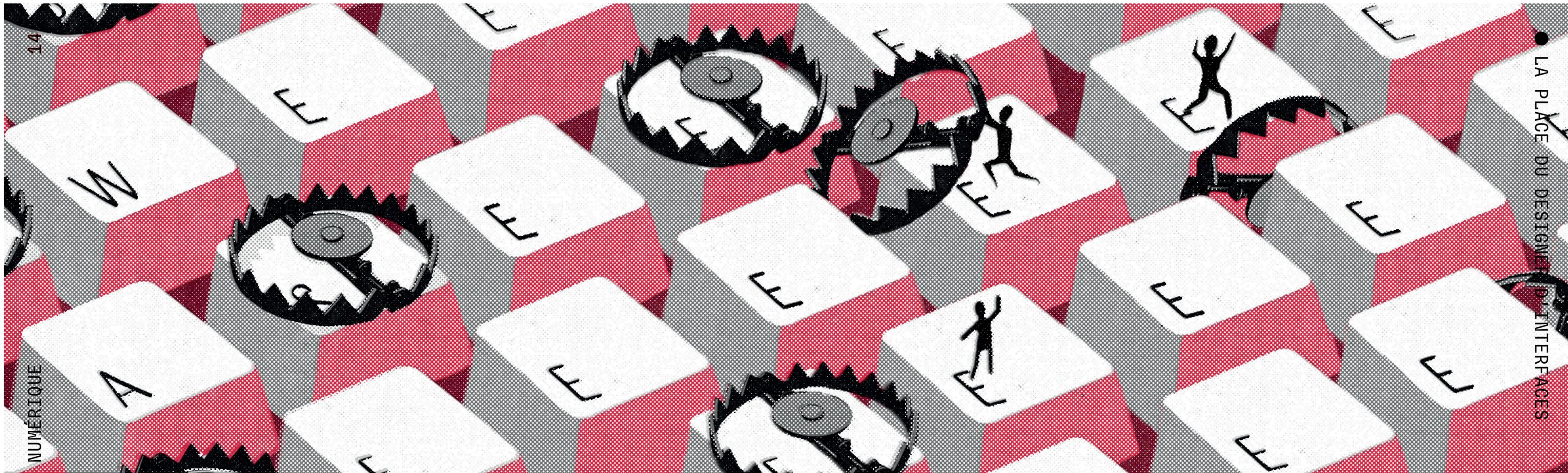
² www.maivisto.de

tant que designer est de lui garantir des résultats ?

Le design d'interfaces et d'expérience joue un rôle majeur dans l'élaboration des dispositifs visuels auxquels l'utilisateur est confronté. Derrière toutes ces interfaces truquées, il y a un designer. Quelqu'un qui a étudié le comportement des utilisateurs et qui se sert de ses connaissances d'UX et d'UI pour mettre en place des techniques manipulatoires.

Devrions-nous accepter d'avoir recours à ces pratiques avant qu'elles ne deviennent banalisées ?

Le chapitre suivant est dédié aux solutions, et aux nouveaux outils durables pouvant aider les designers à créer les futurs produits numériques en conciliant résultats et respect de l'utilisateur.



>
/ : QUELLE EST LA PLACE DE
L'ÉTHIQUE (PERSONNELLE)
DANS LE DESIGN NUMÉRIQUE ?

La question de l'éthique du designer est large, tout d'abord car elle s'applique dans tous les domaines du design, surtout quand celui-ci est à but purement commercial, mais aussi car l'éthique est un concept propre à chacun.

La manipulation des individus est le nerf de la guerre du graphisme et du marketing, quel que soit le support de communication. Le graphiste influence sa cible en utilisant des couleurs, des typographies, des images, des messages concrets ou subliminaux qui découlent de l'étude du comportement de celle-ci. Dans le numérique, le mot qui signifie le suivi des individus via ses données personnelles est appelée « **tracking** » : on traque l'utilisateur, son comportement, ses choix, ses préférences...

Le numérique a apporté aux designers de nouvelles possibilités d'influence sur l'utilisateur par la facilité d'espionnage de leurs comportements.

L'utilisateur ou la cible n'a que très peu conscience de la mécanique du design mise en place pour l'influencer ou le manipuler. **Le designer est donc un acteur important dans la construction du numérique**, car c'est lui qui va décider des solutions visuelles de cette mécanique qui va servir à influencer, guider, et donc d'une certaine manière à manipuler l'utilisateur.

Dans l'idéal, les graphistes s'imposeraient le respect d'une éthique personnelle dans la réalisation de leurs travaux. Mais dans la réalité, cette obligation morale est souvent reportée sur d'autres (marketing, clients). La culture, la société et la politique ont une influence quasiment constante sur ce qui est « éthique » et sur la norme.

Comment les designers peuvent-ils garder à l'esprit leur responsabilité dans cette atmosphère en perpétuelle évolution ?

Le tout est de se questionner en tant que concepteur et de s'approcher de ce qui est le plus moralement juste. L'éthique dans le design, c'est revenir sans cesse à se demander quel impact aura tel ou tel design. Est-ce qu'il prive l'utilisateur de ses droits fondamentaux (le choix, par exemple) ?

Qu'est-ce que le design éthique et pourquoi en avons-nous besoin ? Le design éthique s'oppose naturellement au design d'attention.

Designer de manière éthique revient à réfléchir à l'impact qu'un design aura sur l'utilisateur et le concevoir au mieux pour qu'il soit positif.

Réfléchir à une nouvelle façon de designer, c'est contribuer à construire un numérique plus responsable : respectueux des utilisateurs, inclusif et durable.

En réponse aux crises qui ont bouleversé le monde du design numérique ces dernières années, des designers ont inventé une « charte » du design digital éthique, à l'attention des designers, des chefs de projets, mais aussi des utilisateurs et des clients.

Ces directives universelles ont été conçues afin de rassembler et responsabiliser ces acteurs et les aider à concevoir et/ou consommer les futurs produits numériques. →

01

LIBERTÉ

En tant que concepteur, je dois faire de la liberté et du sentiment d'égalité de mes utilisateurs ma priorité absolue. Il m'incombe de réfléchir sérieusement à la manière dont les produits et outils numériques que nous créons pourraient être utilisés pour restreindre les besoins de sécurité, de liberté et de sûreté

des utilisateurs. Je dois prendre activement des décisions de conception pour éviter ces risques.

En tant qu'utilisateur, j'ai besoin d'être traité avec dignité et de voir mes droits respectés, pour conserver ma liberté et mon sentiment d'égalité.

02

PROTECTION

En tant que concepteur, il est de ma responsabilité de concevoir le numérique sans perdre les modes sophistiqués d'interaction humaine et les contrats sociaux.

dans la société, et de réagir à ce qui ne l'est pas.

En tant qu'utilisateur, j'ai besoin d'être protégé contre la cruauté, les traitements inhumains ou dégradants ou les punitions.

Je dois fournir aux utilisateurs les moyens de promouvoir ce qui est socialement accepté

03

LÉGALITÉ

En tant que concepteur, il est de ma responsabilité de concevoir le numérique de manière à ne pas encourager les comportements illégaux. Je dois également chercher des moyens pour que toute action illégale

puisse être remarquée et signalée à la personne responsable de ces actions.

En tant qu'utilisateur, je dois être reconnu et responsable des lois au même titre que tout le monde.

04

CHOIX

En tant que concepteur, je dois chercher des moyens d'assurer une transparence qui permette aux utilisateurs de faire des choix éclairés quant à l'utilisation d'un outil ou d'un service numérique. Je devrais m'assurer que toute personne faisant partie d'un outil ou d'un service de manière active ou passive est consciente de cette adhésion. Je dois concevoir des outils qui tiennent compte de

la non-utilisation comme de l'utilisation, en offrant aux utilisateurs la possibilité de se retirer des adhésions dont ils ne veulent plus faire partie ou dont ils ne veulent plus bénéficier.

En tant qu'utilisateur, je dois pouvoir décider par moi-même si je veux ou non prendre part à un engagement numérique, sans en subir les conséquences négatives.

05

VIE PRIVÉE

En tant que concepteur, je ne dois pas concevoir le numérique de manière à ce qu'il collecte des informations personnelles qui ne sont pas dans le meilleur intérêt des utilisateurs de l'outil ou du service que je conçois. Si l'objectif principal de quelque chose de numérique est de collecter des données sur ses utilisateurs, je devrais réfléchir à deux fois

En tant qu'utilisateur, je dois être certain que ma vie privée est protégée et que les informations sur mes pensées et mes idées, sur mes interactions sociales et mes déplacements ne sont pas fournies ou utilisées d'une manière dont je ne suis pas conscient et que j'ai acceptée.

06

EXPRESSION

En tant que concepteur, je dois chercher activement à concevoir le numérique de manière qu'il n'y ait pas de tabous ou de conséquences négatives à la simple expression de ses propres pensées.

En tant qu'utilisateur, je dois pouvoir exprimer toute pensée, idée ou croyance à qui je veux.

07

INFORMATION

En tant que concepteur, je dois chercher activement à concevoir des produits favorisant l'inclusion et la libre circulation de l'information.

compréhension et leur amitié envers tous les autres utilisateurs.

Je dois contribuer à la richesse du numérique, où les utilisateurs peuvent apprendre et élargir leur connaissance du monde, explorer leurs horizons mentaux et cultiver leur tolérance, leur

En tant qu'utilisateur, j'ai besoin d'accéder à toute la flore d'informations et d'idées créées par d'autres. Pour que je puisse explorer le potentiel de mes capacités intellectuelles.

08

INCLUSION

En tant que concepteur, je dois rendre le numérique accessible au plus grand nombre. Et je dois intégrer l'accessibilité dans le processus de création de tout outil ou service numérique en cours de réalisation.

En tant qu'utilisateur, je veux décider moi-même des outils ou des services que je choisis d'utiliser ou dont je veux être membre ou faire partie.

09

INFLUENCE

En tant que concepteur, je dois inclure les utilisateurs dans les décisions de conception. Je devrais fournir une richesse numérique, issue des besoins et des idées des utilisateurs sur les choses qui auraient un effet positif sur leur vie

En tant qu'utilisateur, je veux influencer sur la manière dont le numérique prend forme, car il représente une grande partie de ma vie.

10

LAISSER TRANQUILLE

En tant que concepteur, je dois réaliser que l'outil ou le service numérique que je crée, aussi crucial soit-il, ne représente qu'une petite partie de la vie physique et numérique de l'utilisateur. Je dois concevoir des outils et des services qui sont là lorsque l'utilisateur en a besoin, et qui restent hors de son chemin lorsqu'il n'en a pas besoin.

En tant qu'utilisateur, j'ai parfois besoin d'une pause. J'ai besoin d'espace pour me reposer et me divertir. J'ai besoin de temps pour voir, ressentir et expérimenter le monde physique en me concentrant pleinement par moments.

Source : digital design ethics - One day Interact

>
/ : L'AVENIR DE L'UTILISATION DES DARK PATTERNS.

Le monde du design digital est donc en constante évolution. Face à une nouvelle attente des consommateurs, il est urgent que les entreprises et les designers qui utilisent ou veulent utiliser des méthodes agressives d'utilisation et de revente des données comme seule moyen de financement changent leurs méthodes et adoptent des usages plus doux et éthiques.

En parallèle de l'utilisation de schémas de conduite éthique comme la charte ci-dessus, plusieurs solutions existent : comme la customisation « manuelle » des contenus, les sondages rémunérés, l'affichage claire de transparente des choix, des sites faciles et d'utilisations, avec expérience agréable qui va donner au consommateur l'envie de revenir... Malheureusement, la généalogie

productiviste du design est assez peu compatible avec une pensée de décroissance industrielle ou économique du digital, et certains outils ou produits digitaux ne peuvent pas mettre en place ces pratiques de par leurs nature (ex : réseaux sociaux, petites entreprises d'e-commerce). L'éthique dans le design digital est un travail constant d'améliorations, de réflexions et d'innovations qui fait appel au designer, mais aussi au consommateur et tous les acteurs du digital.

>
/ : L'OUVERTURE SUR UN PROJET PROFESSIONNEL :

Ce mémoire se porte sur l'arrivée du design étique, en prenant le cas/ en passant par « la crise » des dark patterns ou interfaces trompeuses. J'aimerais pour mon projet professionnel de fin d'année me concentrer sur la notion de design étique : rechercher et mettre en place des solutions visuelles afin de créer des expériences et interfaces d'utilisateurs qui soient en accord avec les principes énoncés de la « charte du design éthique ». Cette « contrainte » pourrait alors être en accord avec mon sujet de fin d'année originel : la réalisation d'un service de cartographie numérique conçu pour les stagiaires en recherche de stage. Dans un monde de services numériques en proie aux mauvaises pratiques, peut-on créer un service avec design d'expérience utilisateur étique, tout en conciliant efficacité,

rentabilité et confort ?

On pourrait aussi imaginer un projet plus graphique de prévention pour le design éthique auprès des acteurs du numérique, il pourrait regrouper des réflexions éthiques, sociologies, écologiques et durables sur l'avenir de la production numérique.

Il est pour moi important d'aller au bout de cette idée car j'aimerais m'en servir comme base de mon étique professionnelle au travail. Ce sera grâce à ses bases solides que moi et mes futurs confrères graphistes pourrons guider nos clients et consommateurs, afin de réaliser de nouveaux produits numériques et reprendre notre part de responsabilité en tant qu'acteur majeur dans la création du web que nous côtoierons dans le futur.

> ABSTRACT :

If you are an active user of the web, the notion of "Dark Patterns" might be familiar. But for some, it's totally unknown.

The rise of technology in the end of the 70's earned the name of "The technological revolution" given the deep changes it made in society. It changed the way we live, the way we learn... For better or worse, technology has become an assistant of our daily life. Companies like Google, Uber, or Facebook created tools and services so innovative that users didn't have the reflex to take a step back, and analyse the lack of transparency of these companies, especially on how they treated their data.

Most users thought that the internet was safe and anonymous, but any valuable data that was saved was either sold to private advertisers or processed by the owner of the website or service or by institutions.

As technologies got better at analysing the large amount of data the users were creating, companies discovered a new way to make profit by taking advantage of this data. Named cookies, this data includes the user's name, e-mail address, shopping preferences, the content he likes, its hobbies. This new way of earning money plays a big part on why most of the services

and website online are free.

The lack of regulations at the time (before 2006) have enabled companies, institutions and government agencies to use, sell, process and analyse users data.

The lack of transparencies of these companies and institutions were enlightened by the revelations of Snowden in 2013. His leaked documents shown a large campaign of population monitoring by the National Security Agency in America, that processed citizen's data.

After 2013, laws finally changed to keep in touch with technological advances. In France, by exemple, with the creation of the RGPD (Règlement Général de la Protection des Données).

To counter these new constraints, companies play a game of "tug of war" between law already put in place and their hunger for new data to resell. This is where dark patterns enter the stage.

Deceptive design patterns (also known as "dark patterns") are tricks used in websites and apps that make you do things that you didn't mean to, like buying or signing up for something. Deceptive designs are also used for data collecting, some websites forcing you to accept cookies to gain access, by exemple.

These deceptive interfaces are made by designers and communication specialists, mostly pushed by clients that are being promised " easy" profit, or reduced maintenance costs.

This make me wonder : **is there a place for a personal ethics in UI design ? What should be my position, faced with a client that is asking me to use deceptive designs ?**

/: WEBOGRAPHIE

<https://linc.cnil.fr/fr/dark-patterns-quelle-grille-de-lecture-pour-les-reguler>

<https://www.ionos.fr/digitalguide/sites-internet/developpement-web/a-quoi-correspondent-les-dark-patterns/>

https://linc.cnil.fr/sites/default/files/atoms/files/cnil_cahiers_ip6.pdf

<https://hellofuture.orange.com/fr/dark-patterns-des-derives-inacceptables/>

<https://linc.cnil.fr/fr/ip6-quels-liens-entre-design-dinteraction-interfaces-et-protection-des-donnees>

<https://www.seuil.com/ouvrage/a-quoi-revent-les-algorithmes-dominique-cardon/9782021279962?reder=1#page/10/mode/2up>

<https://linc.cnil.fr/fr/ip6-relations-individus-et-services-je-taime-moi-non-plus>

<https://www.reformuleruntextes.com/>

<https://webtransparency.cs.princeton.edu/dark-patterns/>

https://linc.cnil.fr/sites/default/files/atoms/files/cnil_cahiers_ip6.pdf

<https://www.economie.gouv.fr/entreprises/obligations-donnees-personnelles-rgpd>

https://www.francetvinfo.fr/internet/internet-que-deviennent-nos-donnees-personnelles-apres-notre-mort_1387343.html

<https://cio-mag.com/la-confiance-a-lere-du-numerique-enjeux-et-defis/>

<https://astucefree.com/comment-sont-utilisees-nos-donnees-personnelles>

https://fr.wikipedia.org/wiki/Edward_Snowden

<https://rotek.fr/edward-snowden-consequences-revelations-surveillance-de-masse-etats-unis/>

<https://www.lesechos.fr/monde/etats-unis/nsa-le-programme-de-surveillance-revele-par-edward-snowden-etait-illegal-1239142>

<https://www.lesechos.fr/idees-debats/editos-analyses/cinq-ans-apres-snowden-la-surveillance-continue-133308>

<https://transparence.blog4ever.com/hors-la-transparence-point-de-salut>

Rozenn JAOUEN

