

Design éthique de l'essence à la pratique :

Une simple recherche sur « Design Ethics » remonte pas moins de 85 millions 800 000 résultats entre Septembre 2018 et Septembre 2019 [dont 158 000 vidéos]. Alors il y a quelques doublons dans ces résultats je vous l'accorde mais tout de même.

Autant vous dire que je n'ai ni tout lu, ni tout vu (la liste de mes lectures et visionnages, se trouve dans les dernières slides) mais entre la culpabilité des uns, les injonctions à la morale obligatoire des autres, et le désespoir de ceux qui restent, ce n'était pas rigolo tous les jours.

J'ai donc été voir ce qu'en disait la presse et les médias d'information ?

Pas mieux.

Ils nous rappellent de façon récurrente que l'industrie pour laquelle nous travaillons pollue la planète, qu'elle crée du stress et de la dépendance chez les utilisateurs, qu'elle porte atteinte à la vie privée, qu'elle crée de l'exclusion.

Et ils ont bien raison de nous le dire parce que c'est vrai, mais ce n'est pas très enthousiasmant.

Et quand ceux qui sont à l'origine de cette merveille technologique qui devait libérer les humains des contraintes de temps et d'espace s'y mettent aussi, ça n'arrange pas vraiment nos affaires.

Alors qu'on l'appelle, ethics by design, design éthique ou éthique pour le design, qu'est ce qui se cache sous ce fameux terme et qui rend les designers si prolifiques ?

Commençons par le commencement, je vais faire court mais c'est important pour la suite. Étymologiquement, éthique vient du grec Ethos. La définition d'ethos à l'époque d'Aristote, signifiait caractère ou disposition.

Mais plus anciennement, le terme « ethos » se rapportait à la notion de coutume ou de mœurs, l'ethos pourrait donc signifier :

=> la disposition dans laquelle on se trouve selon l'usage ou les mœurs.

Un champ personnel + un champ sociétal.

L'éthique n'est pas une discipline descriptive (comme la psychologie ou la sociologie) mais c'est une discipline philosophique à valeur prescriptive.

Elle ne dit pas ce qui est mais ce qui devrait être.

Ahhhhh, ce qui devrait être ?

Mais alors c'est simple !

=>Nope

L'éthique n'est pas non plus une science, il n'y a pas d'experts. (si on essaye de vous vendre de l'éthicien ou de l'éthicienne, fuyez, c'est un non sens absolu).

L'éthique c'est l'affaire de chacun et de chacune.

On peut bien évidemment et c'est conseillé, s'aider en interrogeant les philosophes et les designers qui ont travaillé sur la question, et ce n'est pas récent, Victor Papanek, Norman Potter, pour ne citer qu'eux. (je ne vous fais pas la liste des philosophes, sinon on est encore là demain)

Mais ce qu'on attend des designers c'est d'être des professionnel·les => qui font leur job : résoudre ou aider à résoudre des problèmes pas d'être les garants de la morale, et de la vertu. Ce qui ne veut aucunement dire que nos métiers n'ont pas besoin de morale et de vertu, mais que ça ne suffit pas pour aborder les questions éthiques.

Ce qui crée cette effervescence d'écrits, de paroles, d'images chez les designers c'est un doux mélange d'éthique de la vertu, d'éthique déontologique et de conséquentialisme.

L'éthique de la vertu, c'est celle de l'intention vertueuse première, et ça n'a pas grand intérêt de se pencher sur l'intention première aussi bonne et vertueuse soit-elle si les conséquences en sont dramatiques.

=> L'Éthique du design c'est l'éthique appliquée.
Nous reviendrons à la déontologie plus tard.
Ce qui va nous intéresser ici c'est un cas concret.

Pour ceux qui ne me connaissent pas, je m'appelle Véronique Lapière
=> j'aime bien définir mon activité comme de l'accompagnement de projets web, et je travaille en freelance.

Il se trouve que depuis que je fais partie de celles qui font le web, il me semble n'avoir été confrontée qu'une seule fois à une vraie question éthique et probablement au moment où je m'y attendais le moins. C'est ce qui a fait naître cette présentation. =>

Par éducation et probablement aussi par penchant personnel, j'ai toujours aspiré à une forme d'intégrité qui m'est confortable.

On ne m'enlèvera jamais de l'idée que l'être humain fait toujours le choix de ce qui lui est le plus confortable au moment T même si ça ressemble au comble de l'inconfort pour un ou une autre.

En conséquence, je m'autorise le luxe de travailler depuis quelques années presque exclusivement pour des organisations, des entreprises, des associations qui portent des valeurs qui me conviennent ou qui du moins de mon point de vue ne sont pas nuisibles au monde qui nous entoure ni à celles et ceux qui l'occupent. (oui on peut parfois se tromper)

L'équation est assez simple, faire un choix, accepter ou refuser au coup par coup.

Le seul risque étant financier, mais c'est somme toute assez banal dans une vie d'indépendante.

La question morale est apparemment réglée.

En 2018 et 2019 j'ai accompagné une organisation, à l'architecture assez particulière puisque c'est un collectif de collectifs, complexe et totalement décentralisé.

Un peu à l'image de ces planètes colorées et non alignées.

Les membres souhaitaient refondre leur site et que je les aide à fabriquer un outil qui corresponde à leurs besoins. Jusque là rien d'extraordinaire.

Et j'ai vraiment accepté sans aucune crainte d'ordre éthique de la vertu. Ils se définissent comme un réseau de solidarité et leur mission est de venir en aide, de faire valoir les droits de personnes en situation difficile et parfois même en situation de danger. [je ne donnerai pas plus de précisions pour des raisons que vous comprendrez aisément]

Les actions de ces collectifs sont entre autre, la mise à disposition de ressources, de documentation, l'organisation de rassemblements et la publication de pétitions en ligne.

Qui dit pétitions dit communication, le but étant de toucher le plus de signataires possible, et qui dit communication au XXIème siècle dit site internet et bien évidemment Réseaux sociaux.

Pour mobiliser des signataires en faveur de tel ou telle, il faut bien distiller quelques informations sur la ou les personnes et les situations dans lesquelles elles se trouvent, et parfois ces données permettent d'identifier une personne et son histoire assez facilement.

Je ne vous apprends rien sur la capacité des réseaux sociaux à indexer, recouper, stocker, distribuer les informations qu'on leur confie. (voir à les égarer)...

Et j'ai donc été confrontée à cette question :

"Doit-on, dans une situation de relative urgence, prendre le risque de divulguer des données à caractère personnelle pour mener à bien une action que l'on juge nécessaire et juste ?"

Peut-on raisonnablement répondre par oui ou par non immédiatement à cette question. Raisonnablement non, moi je n'ai pas pu y répondre rapidement.

La question ne portait ni sur le volet légal (respect RGPD) ni sur la divulgation d'éléments nécessaire à l'action au moment T mais plutôt sur la pérennité de ces informations sur les réseaux et sur le web en général, et les conséquences que cela pouvait avoir sur la vie future des personnes concernés.

Ces actions sont souvent longues, elles s'évalent parfois sur plusieurs années.

Si l'on mène une action pour aider une personne à traverser un période difficile, pour la mettre en sécurité, ce n'est pas pour que ceci la suive à la trace tout le reste de sa vie.

Le droit à l'oubli existe et est accompagné d'un dispositif légal, mais dans les faits nous savons tous qu'il est extrêmement complexe de faire supprimer des méandres du web, les informations qui concernent une personne.

Parce qu'il n'y a pas de réponse définitive à une question éthique. Ce n'est ni bien, ni mal, encore une fois, c'est la disposition dans laquelle on se trouve selon l'usage ou les mœurs. Et notre rapport

aux données personnelles a beaucoup évolué avec l'usage débridé qui en a été fait. Je n'aurais pas eu la même attention pour ce sujet il y a 5 ou 6 ans probablement.

J'aurais bien aimé vous dire, que j'avais trouvé une réponse imparable à une épineuse question éthique mais NON.

J'aurais très bien pu me dire aussi, c'est pour la bonne cause, on ne va pas trop chercher la petite bête et on ne serait probablement jamais venu me le reprocher personnellement.

Mais ce n'est pas dans mon tempérament (disposition), alors au lieu de ça, j'ai remis en question un mode de fonctionnement, et croyez moi, ça n'a fait plaisir à personne. Qui dit question éthique dit forcément frictions et discussions (longues) il ne faut pas se leurrer à ce sujet.

Il y a une dimension politique, stratégique et technologique à prendre en compte. L'un des meilleurs articles que j'ai pu lire sur le sujet est celui de Curt Arledge.

Pendant que d'aucun vous explique comment les designers ont détruit le monde (tout en menant tranquillement leur petit commerce sur amazon et en essayant vainement de se racheter une conscience à coup d'encarts publicitaires)

=> Curt Arledge se penche sur la marge de manœuvre des designers et leur pouvoir...

Il écrit, « La vérité est que la plupart des décisions qui influencent une conception sont prises bien avant que les concepteurs n'interviennent. Dans la pratique, notre "processus de conception" est presque toujours pré-contraint par une montagne de réalités techniques et commerciales. »

Vous l'avez toutes et tous vécu.

La vraie vie d'un designer c'est souvent => Ça !

Le designer est coincé entre le marteau et l'enclume ou plutôt entre la gouvernance, le pôle marketing et l'infrastructure à disposition des utilisateurs et utilisatrices.

Et il essaye de faire son job !

Je vous laisserai lire l'article si ce n'est déjà fait, mais on comprend parfaitement que le rôle des designers s'il ne se donnent pas les moyens d'agir va rester assez frustrant concernant les enjeux éthiques et j'ai bien peur que l'on continue à se préoccuper de dark patterns, qui ne relèvent à mon sens pas du champ de l'éthique. A ce propos =>

Et pour aider je l'espère à mettre un terme à cet amalgame qui m'exaspère un peu, Estelle Harry a publié récemment sur le site du laboratoire d'Innovation de la Cnil un article qui s'intitule « Dark patterns : quelle grille de lecture pour les réguler ? » La topographie que j'ai reprise ici, expose les méthodes pour séduire l'utilisateur, profiter de ses biais, le leurrer, interdire une action ou compliquer une action.

Je vous laisse juge mais pour moi excepté la séduction toutes les autres méthodes sont à rapprocher des : « Pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs ventes crapuleuses avec abus de faiblesse. » le tout, régulé par la Directive Européenne de 2005.(mais cette directive ne s'applique qu'au commerce)

Les états unis travaillent actuellement sur une proposition de loi qui vise à réguler les pratiques déloyales sur le web. Il y a fort à parier que ceci va se produire également en Europe, et c'est tant mieux parce qu'encore une fois il ne s'agit pas ici de question éthique mais d'abus de faiblesse qui demande qu'on légifère.

Ceci étant dit, comment s'emparer de ces questions plus ou moins triviales quand on fait son métier de designer.
L'une des meilleures réponses est à mon avis contractuelle :

Négocier le droit à l'éthique comme on négocie son salaire ou ses honoraires. Ou du moins le droit à la déontologie.

J'ai suivi de nombreuses conversations sur divers forums concernant des changements de poste ou des recherches d'emploi chez des designers et je n'ai presque jamais entendu parler de négociations préalables autres que de niveaux salaires ou de conditions matérielles de travail. C'est pourtant au moment de l'embauche qu'il faut s'en préoccuper parce que plus tard, personne ne viendra vous voir pour vous dire « est-ce-que tu as des préoccupations d'ordre éthique ? ».

Vous pouvez négocier au moment de votre engagement sur une base de règles déontologiques applicables. (il ne s'agit pas de faire de la philosophie contractuelle)

Personnellement j'ai des mentions dans mes conditions générales de vente qui indiquent que je me réserve le droit de ne pas répondre à une demande qui irait à l'encontre des intérêts des utilisateurs, ou qui contraindrait leur libre arbitre. Je ne sais pas si ces mentions tiendraient devant un tribunal mais je veux bien l'avis d'un juriste là dessus.

Pour vous aider, il existe par exemple Le Code de déontologie du designer professionnel (je ne l'ai pas précisé mais la déontologie est un ensemble de règles applicables à une activité professionnelle revues ou non par l'état suivant que la profession est ou non une profession réglementée, le design de ne l'est pas).

Ce code est publié par l'alliance française des designers, il s'inspire du code de déontologie des architectes (l'architecture est, elle, une profession réglementée). Il date de 2012, est un peu sujet à interprétation et ce n'est pas forcément la meilleure ressource mais il peut être un guide,

l'article 7 par exemple déclare que :

Avant de signer un contrat, le designer doit vérifier qu'aucune clause ne risque de contraindre à des choix ou des décisions

contraires à la conscience professionnelle.

C'est un peu flou, il faudrait définir la notion de conscience professionnelle, mais ça peut servir de base.

Mais on a mieux.

le référentiel Éthique et numérique publié par le Syntec et le Cigref est une très bonne ressource.

Il aborde des actions à mettre en œuvre au sein de l'entreprise et des questions à poser ou à se poser =>

Par exemple :

L'éthique du numérique fait-elle l'objet d'un traitement spécifique dans l'entreprise ?

Le sujet de l'éthique numérique est-il défini clairement et différencié des sujets de conformité ?

Oui parce que l'éthique et la conformité, ce n'est pas la même chose on peut être conforme et pas éthique et même choisir de ne pas être conforme pour des raisons éthiques.

Ethics for designers propose également un ensemble d'outils dont des template de rédaction de contrats éthiques à partager avec les parties prenantes d'un projet.

Même si pour l'instant ça vous semble peu réaliste et inapplicable, si cela devient récurrent ça n'étonnera plus personne. Il y a 10 ans le questionnement concernant le télétravail était l'exception aujourd'hui c'est une question banale lors d'une discussion contractuelle. Ça ne veut pas dire que ça marche à tout les coups mais personne ne s'offusque plus vraiment qu'on aborde la question même quand la réponse est non.

On sait que Facebook, qui fut un temps très courtisé par les designers a du mal à recruter. Nombreux sont ceux et celles qui ne veulent plus participer à cette gabegie. Est-ce-qu'on ne pourrait pas étendre ce mouvement à des entreprises moins visibles, il faut que le sujet de l'éthique rentre dans les mœurs (on y revient aux habitudes et aux usages).

Si vous êtes déjà en poste ou si pour une raison ou une autre (il peut y en avoir de bonnes et de nombreuses), vous n'êtes pas en mesure de négocier quoi que ce soit, il y a tout de même des moyens d'agir en attendant des jours meilleurs.

Je vous recommande l'utilisation de la méthode de diagnostic du design attentionnel. Cette méthode a l'avantage d'être une méthode, de comporter des étapes, vous donner un cadre et de pouvoir sensibiliser d'autres membres de l'équipe éventuellement. Tout en restant assez pragmatique.

Ethics for design encore une fois, propose un schéma de conception qui reprend les principales théories de l'éthique normative.

J'en ai déjà parlé également dans une autre conférence, mais l'inclusive design tool kit de microsoft est vraiment un super outil pour se poser des questions sur l'inclusion et la diversité et les

prendre en compte dans les process de design.

Vous pouvez aussi afficher des posters sur vos lieux d'activité qui rappellent les règles à appliquer auxquelles vous tenez : au hasard les posters sur la prise en compte de l'accessibilité.

Usez de tous les moyens à votre disposition, n'hésitez pas à parler des cas de crises d'autres entreprises suite à des questions éthiques.

Il y en a tous les jours, et à force de les évoquer il finiront par devenir familiers et un point d'attention pour les décideurs.

Et surtout rencontrez d'autres designers intéressés par ces questions, il y a des meet-up et des conférences dans toutes les régions de France, parce que ça fait du bien et que ça permet d'avancer sur des sujets aussi complexes que ceux-ci, le partage de réflexion est essentiel, ce n'est pas pour rien qu'on parle la plupart du temps de comité d'éthique.

En guise de conclusion j'aimerais vous rappeler que le modèle capitaliste n'est pas un modèle éthique.

Et que les questions éthiques sont rarement bienvenues dans le monde du tout marchand.

Par contre le discours éthique peut faire partie d'une stratégie commerciale et là c'est pire que tout.

Soyez méfiant quand une entreprise se targue d'avoir l'éthique dans son ADN. Ça ne présage rien de bon.

Nous sommes actuellement confrontés à des questions éthiques d'un nouvel ordre liées aux algorithmes et à l'intelligence artificielle, d'un point de vue de l'impact écologique le numérique est désastreux, d'un point de vue du respect des libertés également, nous avons fabriqué Big Brother, il serait peut-être temps de lui mettre des bâtons dans les roues et je ne parle même pas de l'habitabilité du monde.

Oui, nous sommes en partie responsables, oui nous devons assumer ces responsabilités, oui il faut changer, et revoir nos modèles de conception essayons de le faire de façon rationnelle, positive et surtout collective.