

ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ЦИФРОВОГО ОБЩЕСТВА

Научная статья

УДК 004.738.5:17

DOI: 10.17853/2587-6910-2024-11-57-61

О НЕОБХОДИМОСТИ СОБЛЮДЕНИЯ ПРИНЦИПОВ ЭТИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В ИНТЕРНЕТЕ

Диана Александровна Богданова

кандидат педагогических наук, d.a.bogdanova@mail.ru

Федеральный исследовательский центр «Информатика и управление» Российской
академии наук, Россия, Москва

Аннотация. Повсеместное использование стратегий убеждающего дизайна в цифровой среде – проблема, которая затрагивает почти всех пользователей, а в особенности – детей. Как и в случае с искусственным интеллектом, это потенциально очень пугающее явление, которое должно быть использовано во благо. Группа специалистов, так называемых «еретиков» Кремниевой долины, активно выражает беспокойство в связи с ростом так называемой «экономики внимания»: Интернета, сформированного вокруг требований рекламной экономики на основе использования принципов убеждающего дизайна. Поэтому специалисты говорят о настоящей необходимости использования в дизайне этических принципов или этического дизайна.

Ключевые слова: Интернет-безопасность; Интернет-зависимость; конфиденциальность; каптология; убеждающий дизайн; этический дизайн; манипулирование пользователем

Для цитирования: Богданова Д. А. О необходимости соблюдения принципов этического дизайна в Интернете // Новые информационные технологии в образовании и науке. 2024. № 11 С. 57–61 <https://doi.org/10.17853/2587-6910-2024-11-57-61>

ON THE NEED FOR COMPLIANCE WITH THE PRINCIPLES OF ETHICAL DESIGN ON THE INTERNET

Diana Aleksandrovna Bogdanova

Federal Research Center “Computer Science and Control” of the Russian Academy of
Sciences, Russia, Moscow

Abstract. The widespread use of persuasive captology design strategies in the digital environment is a problem that affects almost all users, and especially children. As with artificial intelligence, this is a potentially very scary phenomenon that must be used for good. A group of so-called Silicon Valley «heretics» have been vocally concerned about the rise of the so-called «attention economy»: an Internet shaped around the demands of an advertising economy based on the principles of persuasive design. Therefore, experts talk about the urgent need to use ethical principles or ethical design in design.

Keywords: Internet safety; Internet addiction; privacy; captology; persuasive design; ethical design; user manipulation

For citation: Bogdanova DA. On the need for compliance with the principles of ethical design on the Internet *New information technologies in tduction and science*. 2024;11: 57-61. (In Russ.). doi:10.17853/2587-6910-2024-11-57-61

Введение

Повсеместное использование стратегий убеждающего дизайна (каптологии) в цифровой среде – проблема, которая затрагивает почти всех пользователей, а в особенности – детей. (Каптология – транслитерация с английского *captology* – **computer as persuasive technology** – компьютер как убеждающая технология). Как и в случае с искусственным интеллектом, это потенциально очень пугающее явление, которое должно быть использовано во благо. Группа специалистов, так называемых «еретиков» Кремниевой долины, активно выражает беспокойство в связи с ростом так называемой «экономики внимания»: Интернета, сформированного вокруг требований рекламной экономики на основе использования принципов убеждающего дизайна [1]. Поэтому специалисты говорят о настоятельной необходимости использования в дизайне этических принципов или этического дизайна. Должно быть всеобъемлющее, системное соглашение о том, что убеждающие технологии будут применяться этично и ответственно.

Основная часть

Методология исследования

Рассмотрены публикации преимущественно академического уровня не старше 15 лет, доступные для ознакомления.

Результаты

Что такое этический дизайн?

Ранние специалисты по этике технологий Д. Бердичевский и Э. Нойеншвандер еще в 1999 году предложили золотое правило: создатели убеждающих технологий никогда не должны пытаться убедить кого-либо в том, в чем они сами не хотели бы, чтобы их убеждали. Они также подчеркнули разницу между согласием и слепым манипулированием. Это хорошее начало, но в идеале должно происходить гораздо больше обсуждений и регулирования, а они существенно отстают от реальных технологий, во всяком случае, в России [2].

Этика дизайна связана с установлением отношений между продуктом и пользователем таким образом, чтобы они поддерживали ответственный и моральный выбор. Этический дизайн — это определение и разработка фактора «доброты» в дизайне продукта, который направлен на благо отдельного пользователя, его экосистемы и общества в целом. Иными словами, это — баланс между профессиональными целями и моральными ценностями при проектировании пользовательского опыта [3].

Говоря прагматично, не существует правильных или неправильных ответов на вопрос, что делает дизайн-систему «этичной». Однако есть несколько параметров, которые помогут проанализировать, является ли система дизайна этичной или нет.

Удобство использования. Непригодные для использования продукты, независимо от их эстетической ценности, являются неудачными. А продукты, обладающие высоким удобством использования, можно считать этичными, если они интуитивно понятны, безопасны для пользователя и практически не содержат сбоев или опасных для жизни ошибок. В этом отношении предотвращение ошибок составляет основу.

Доступность. Инклюзивные проекты больше не являются «полезными». Если дизайн-система игнорирует потребности или болевые точки определенного сегмента пользователей (инвалидов, аутистов или тех, кто испытывает трудности с технологиями или языком), она быстро проникает в неэтичную зону. Люди забывают дизайны, которые забывают людей.

Конфиденциальность. Это актуальная проблема в наши дни социальных сетей и больших данных, когда личная информация превращается в товар и продается крупными корпорациями. Для дизайнеров это не просто привилегия, но и огромная ответственность за то, как используются тонны пользовательских данных, к которым у них есть легкий доступ.

Убеждение. Существует тонкая грань между высоким рейтингом по таким факторам, как вовлеченность пользователей или время, потраченное на приложение или даже конверсии, и выжиманием всех до последней капли внимания/ресурсов/энергии пользователя ради высокого уровня использования.

Фокус и время. Каждая цифровая платформа конкурирует только за одно — человеческое внимание. Работа дизайнеров, придерживающихся этики, — сократить все, что может и будет отвлекать внимание пользователя. Аналогичным образом, желательно снизить фактор «привыкания» к продукту и не оставлять пользователя чувствующим себя в конце дня истощенным, виноватым, напряженным или чрезмерно возбужденным.

Устойчивость. Важнейшим элементом, который имеет тенденцию отходить на второй план в сообществе, в котором доминируют человеко-ориентированные принципы проектирования (Human-centered design), является окружающая среда и экосистема. Как продукт/дизайн повлияет на изменение климата, глобаль-

ное потепление и связанные с ними факторы окружающей среды? Является ли увеличение числа загрузок приложений или повышение ценности для заинтересованных сторон единственным направлением, на которое направлен дизайн?

Общество. Ни один человек не является изолированным островом. Мы все живем в сложной экосистеме со множеством факторов, на большинство из которых повлияли цифровые технологии. Когда «цифровое» часто принимается без вопросов, а общество считает себя «цифровым по умолчанию», заинтересованные граждане задаются вопросом: должно ли наше будущее быть цифровым? И если да, то каким образом и в какой степени? И каковы наши обязанности в этой ситуации? Сегодня эти вопросы звучат постоянно, являясь лишь частью более широкого медиа-дискурса, связывающего родительские заботы с проблемами влияния, оказываемого цифровыми технологиями на общество в целом. Поводов для беспокойства много: от вопросов, связанных со здоровьем и благополучием, до проблем с социальными отношениями, образованием и дисциплиной или с заботой о неприкосновенности частной жизни. Между тем всё: от глобальных вопросов на государственном уровне до проблем психического здоровья на индивидуальном уровне — все эти вопросы находятся в компетенции дизайнеров. Внимательные и этичные дизайнеры осознают эту невероятную ответственность и, таким образом, создают не только для горстки клиентов, заинтересованных сторон или пользователей, но и для сообществ и общества в целом.

На индивидуальном уровне

Что же специалисты, работающие в области информационных технологий (а это касается и преподавателей), могут сделать на самом деле? Если мы хотя бы раз осознаём, что наши мысли управляемы, и нашим временем распоряжаются без нашего ведома, не захотим ли мы воспользоваться этим знанием и защитить себя от подобного? Хотя это серьезный вопрос, заслуживающий гораздо большего внимания, вот лишь несколько идей, предлагаемых специалистами для начала.

Проанализировать, каким образом используемые технологии оказывают свое влияние: каковы внутренние намерения, стоящие за ними, и соответствуют ли они личным целям и намерениям?

Отдавать предпочтение технологии, относительно которых есть активное желание использования, и сокращать время, проводимое с участием технологий под влиянием зависимости или скуки. В случае необходимости, можно воспользоваться приложением «Экранное время» (StayFree на Googleplay), которое помогает самоконтролю и повышению продуктивности.

Необходимо сделать то же самое в отношении использования технологий детьми и управлять их использованием соответствующим образом.

Определиться, каким образом было бы возможным позитивно применять свой опыт: предлагать другим полезные технологии, не поощряя при этом то, что не способствует продуктивности или улучшению жизни.

Договориться со своими детьми о регламентировании времени, проводимого ими в Интернете.

Установить «домашнее правило»: каждый должен выключать устройства в назначенное время перед сном.

Настоятельно рекомендовать им отключить все уведомления в социальных сетях.

Совершенно необходимо, чтобы подростки понимали, как ими манипулируют в социальных сетях.

Убедить подростков проводить исследования, прежде чем делиться публикациями или видео, чтобы убедиться, что они не распространяют фейковые новости.

Желательно удерживать детей от пользования социальными сетями как можно дольше, в идеале — до их продвинутого уровня или позже.

Можно делиться окружающими своими знаниями и опытом о каптологии и убеждающей технологической этике.

Желательно всегда помнить о том, что: мир, который мы создадим, — это тот, в котором будут жить наши дети.

На более широком уровне желательно

Пропагандировать необходимость включения или расширения программ обучения каптологии и этике информатики в университетах и средних школах.

Поддерживать любые меры, которые защищают правила конфиденциальности или права потребителей, связанные с технологиями.

Следить за лидерами и партнерами, которые в инновационных технологиях отдают приоритет ответственности, и работать с ними [4].

Заключение

Эти рекомендации на первый взгляд могут показаться наивными и очевидными. Однако, если почитать, к каким шагам прибегают лидеры отрасли, такие, например, как Т. Харрис (в прошлом дизайнер в компании Google) или Д. Розенштейн (создатель кнопки «лайк» в Facebook), то взгляд и оценка предполагаемой эффективности рекомендуемых мер заставит относиться к ним серьезнее. Интернет развивается не хаотично. Технология не является нейтральной. Со временем, не очень отдаленном, обязательно должно возникнуть всеобъемлющее, системное соглашение о том, что убеждающие технологии должны применяться этично и ответственно [1].

Список литературы

1. Богданова Д. А. О некоторых тенденциях в условиях «экономики внимания» // Народное образование. 2019. № 6 (1477). С. 171–176.
2. Möhlmann M. Algorithmic Nudges Don't Have to Be Unethical // Harvard Business Review. 2021. 21 April. URL: <https://hbr.org/2021/04/algorithmic-nudges-dont-have-to-be-unethical>.
3. Ghanchi J. Ethical Design: Why Is It Critical for UX Designers? // UXmatters. 2021. 22 February. URL: <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2021/02/ethical-design-why-is-it-critical-for-ux-designers.php>.
4. Ethical Decisions in Digital Product Design // The Open University. 2023. May 19. URL: <https://www.open.ac.uk/blogs/design/ethical-decisions-in-digital-product-design/>.