## Adfærdsdesign & etik

MUL, UX-Designer 2024

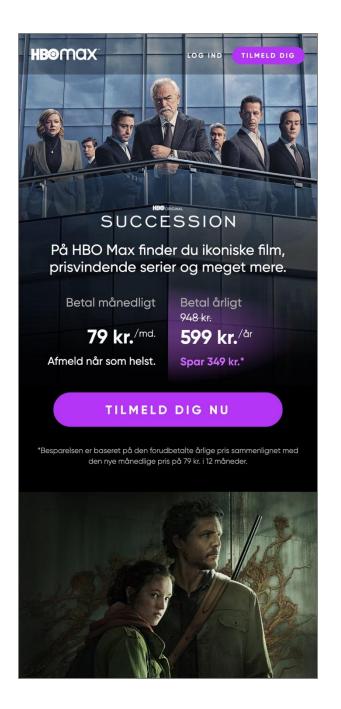
## Agenda

- Adfærdsdesign
- Etisk/uetisk design
- Deceptive patterns
- Bonusopgave ;)

## Responsmål

- Hvad vil du helst have brugeren til at gøre?
- Responsmålet er oftest den brugerhandling, der skaber mest værdi for virksomheden
- Konverteringsraten fortæller os, hvor stor succes vi har i forhold til at nå responsmålet









SAMFUND

**KULTUR** 

**BØGER** 

**IDEER** 

#### **KØB ABONNEMENT**



#### MUSIKHISTORISK MILEPÆL

En sang skabt ved hjælp af kunstig intelligens har rystet musikbranchen

Hvad gør den nye teknologi ved musikernes ophavsret og arbejdsrettigheder? Og ved branchen som sådan?



LASSE WINTHER JENSEN



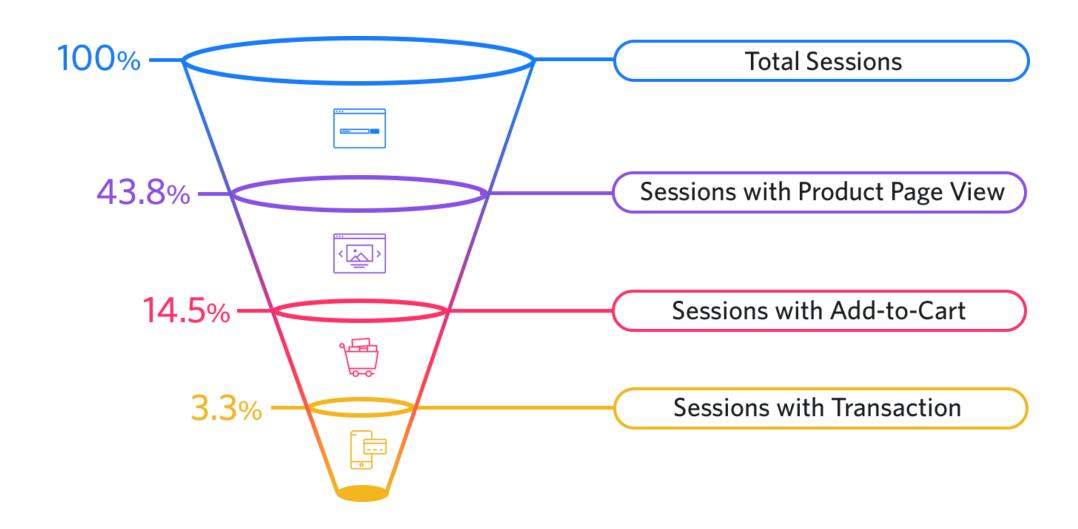




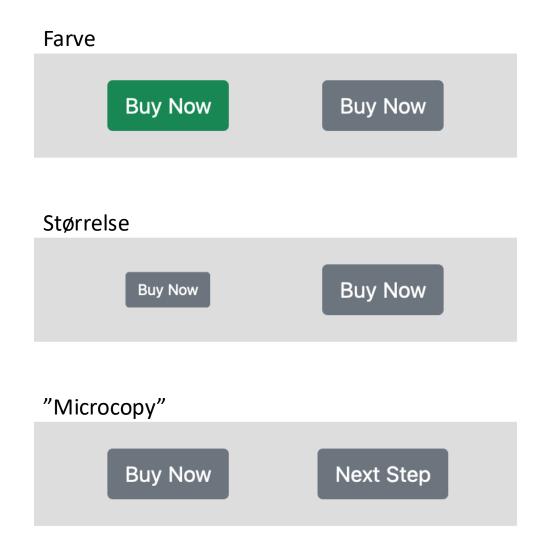


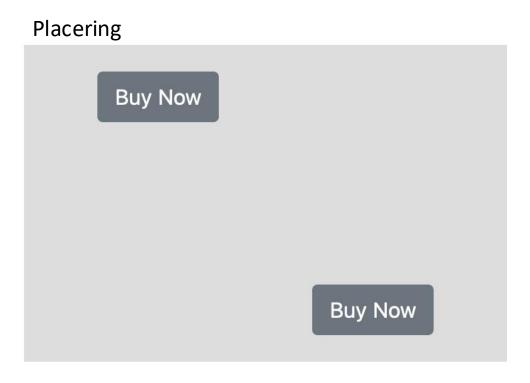


#### Konverteringsraten

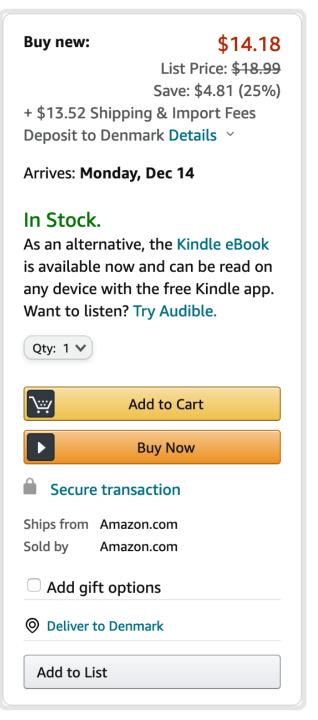


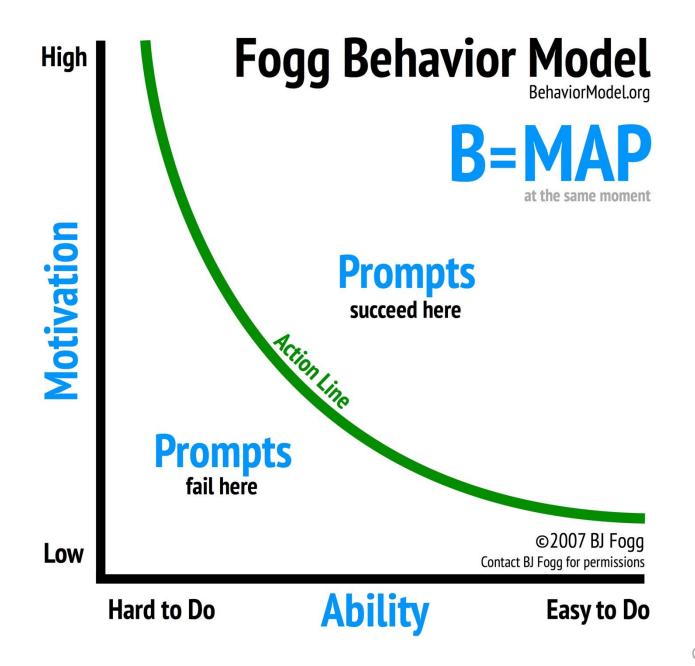
## Call to action design - kontraster







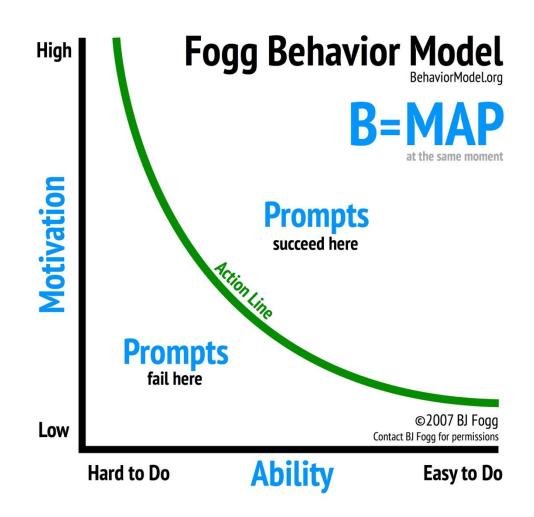




### Forklaring

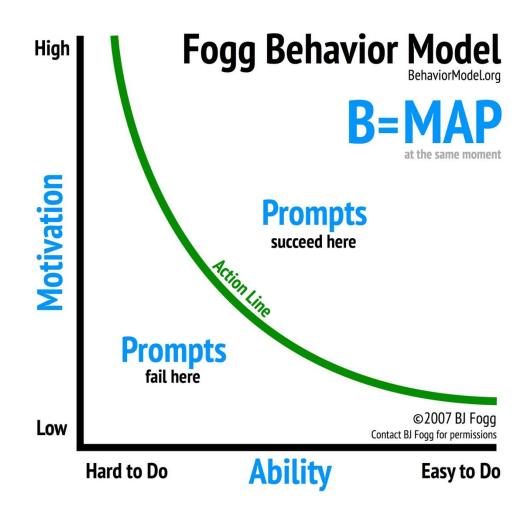
- Prompt
   En invitation, der siger "gør det her nu"
- Ability
   Hvor let er det for mig at gøre det?
- Motivation
   Har jeg lyst til at gøre det?

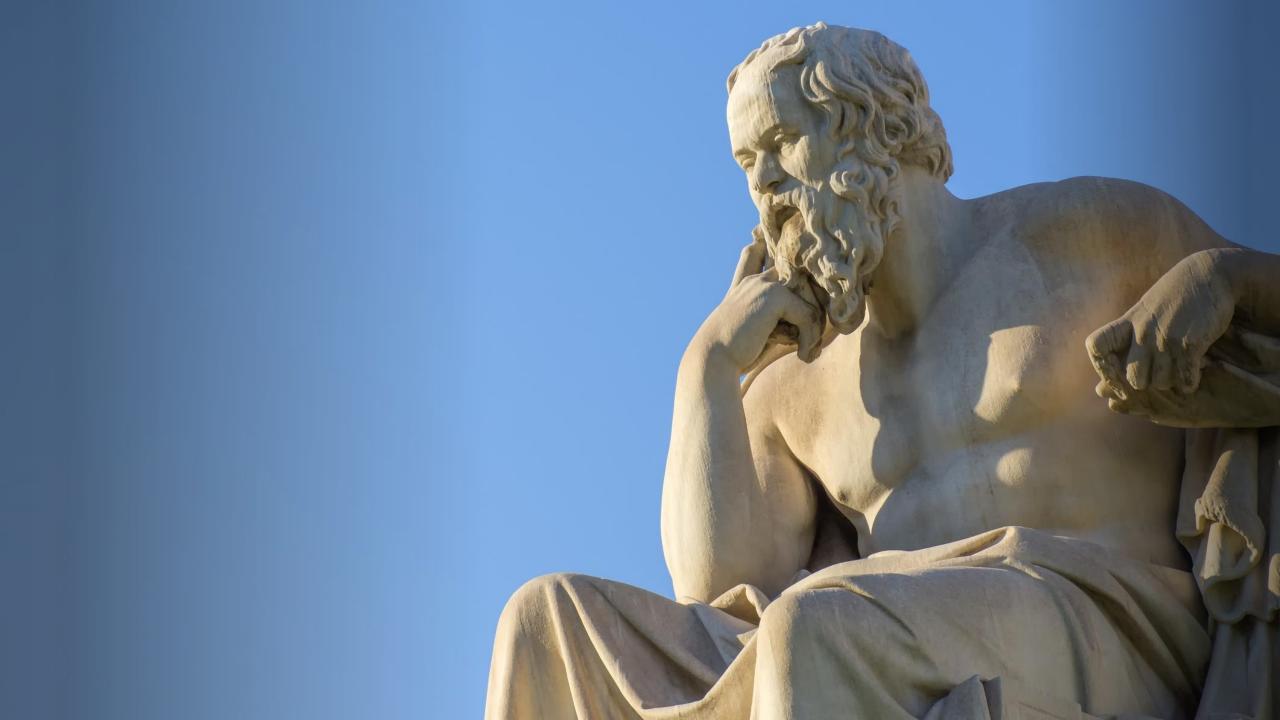
Alle tre forhold skal være til stede på samme tid, før brugeren foretager en handling



## Øvelse

- Kig på dette (helt tilfældige) site: https://www.cphbusiness.dk/
- Hvordan kan vi få flere brugere til at tilmelde sig åbent hus?
  - Motivation?
  - Ability?
  - Prompts?





#### Etik

"Etiske spørgsmål drejer sig om, hvordan man behandler andre mennesker og andre levende væsener."

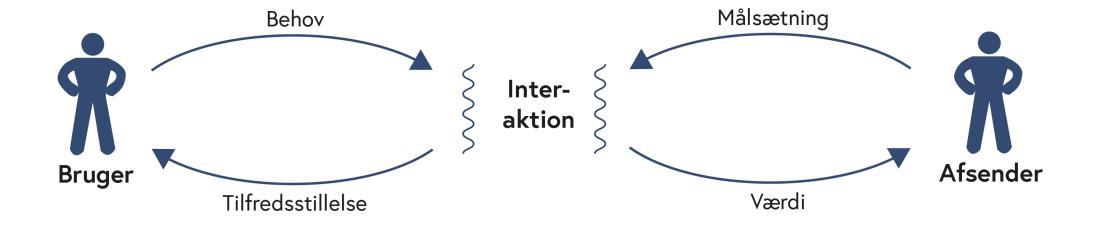
—Det Etiske Råd

| Juridiske spørgsmål        | Praktiske spørgsmål       | Etiske spørgsmål          |
|----------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Hvad <b>skal</b> jeg gøre? | Hvad <b>kan</b> jeg gøre? | Hvad <b>bør</b> jeg gøre? |

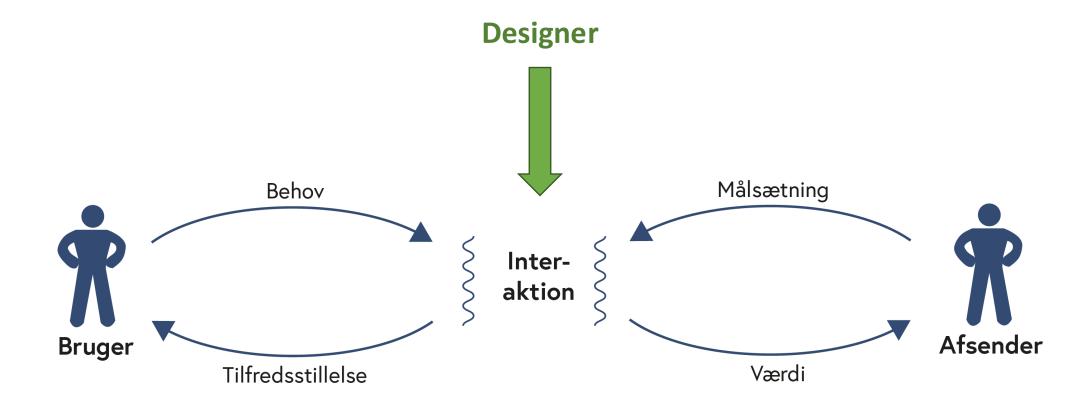
"Etisk adfærd er at gøre det rigtige, når ingen andre ser det – selv når det er lovligt at gøre det forkerte."

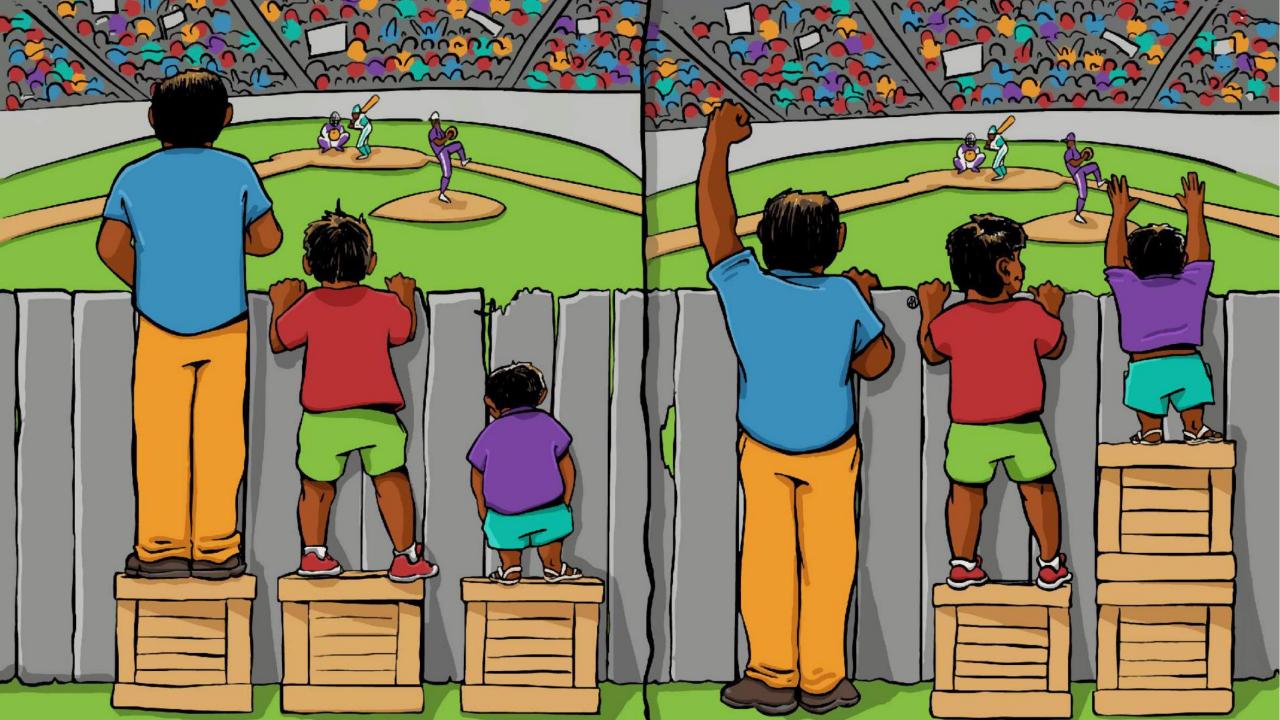
— Aldo Leopold



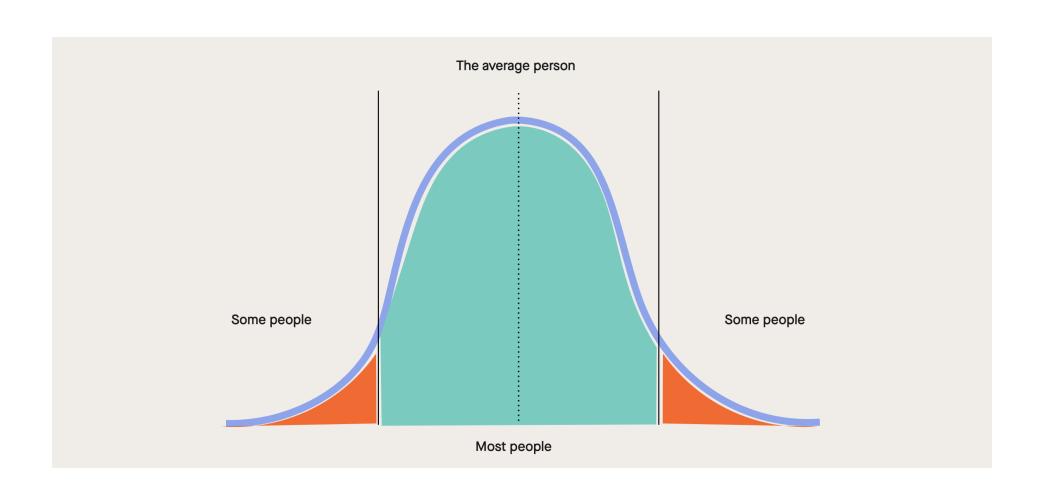


Interaktion mellem bruger og afsender Fra bogen Interfacedesign – fra idé til digital prototype

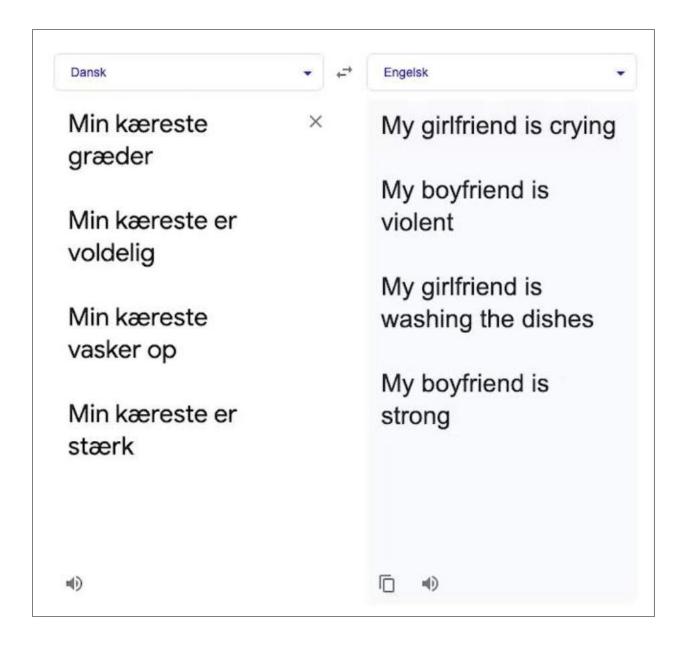




#### Design til "gennemsnitsbrugeren" fører til eksklusion



# Er designeren forudindtaget? (bias)



#### Design til følelser

- Følelsen af at "høre til"
  "Sådan nogen som os, kan godt lide det her..."
- Følelsen af at præstere "Sådan, jeg klarede det!" (gamification)
- Følelsen af at måtte reagere "Hvad?! Det kan simpelthen ikke være rigtigt!"

Er det okay at designe produkter, der vækker bestemte følelser?



"Vi ønsker psykologisk at finde ud af, hvordan vi kan manipulere dig så hurtigt som muligt og derefter give dig et skud dopamin."

— Chamath Palihapitiya, forhenværende vice president hos Facebook

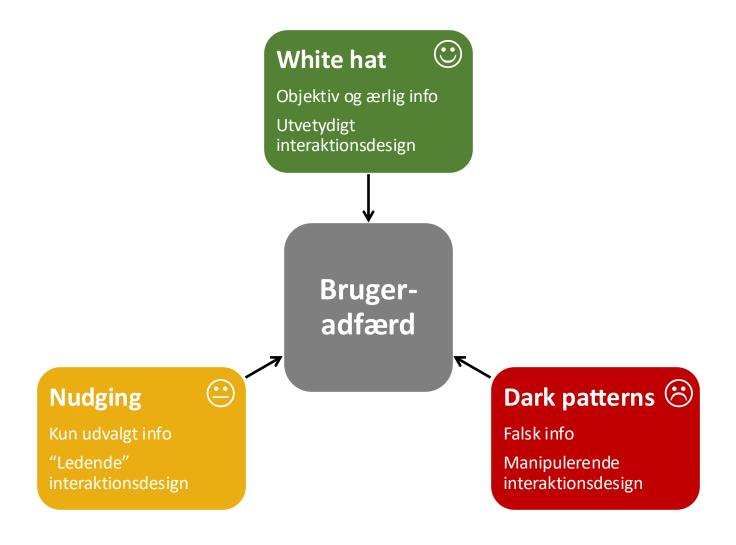
#### Deceptive patterns

(aka "dark patterns")

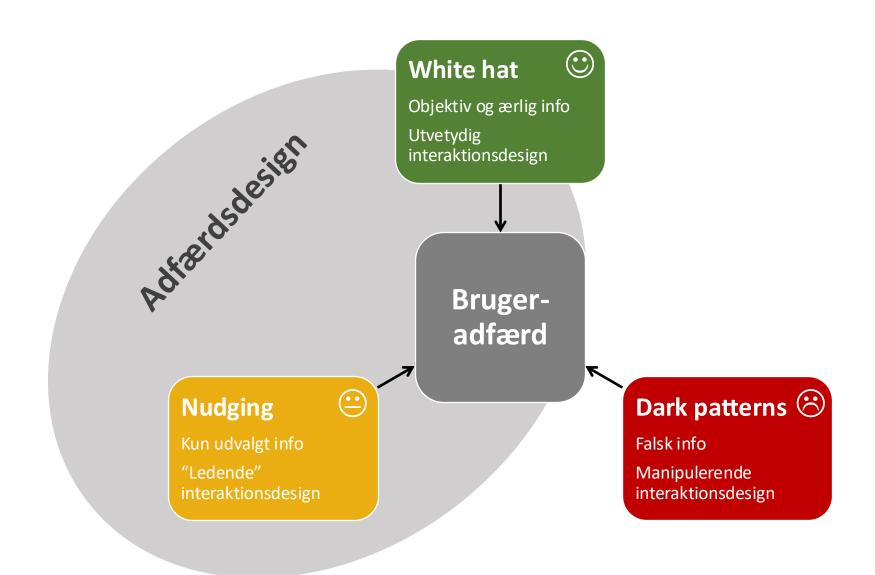
- "Tricks", der får brugere til at gøre ting, som de egentlig ikke havde tænkt sig
- Der er en hårfin balance imellem at "påvirke" og manipulere brugerne



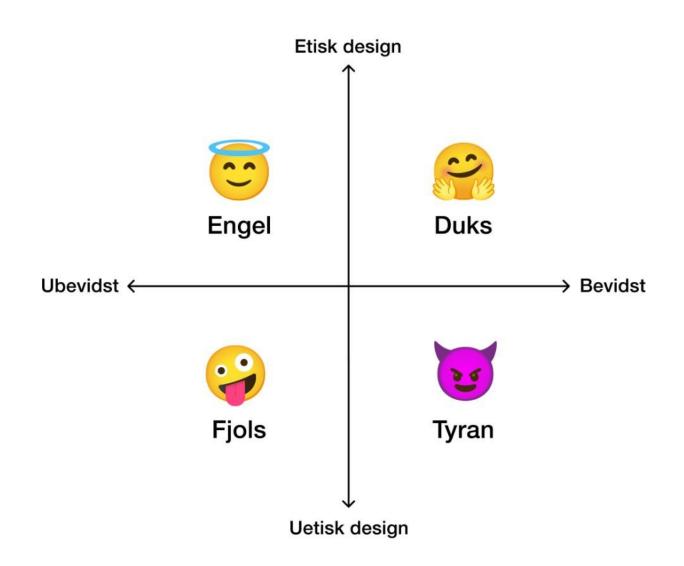
#### Good vs. evil



#### Good vs. evil



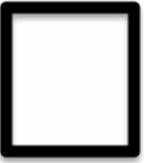
# Hvilken type designer er du?



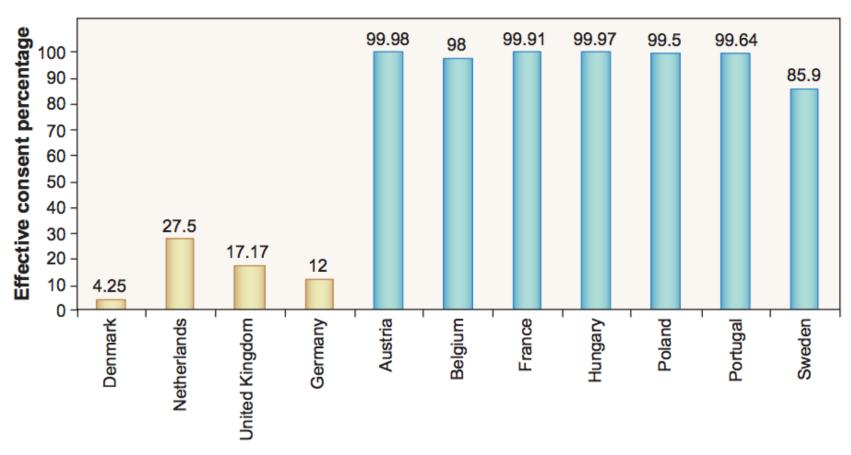
# OPT-OUT X



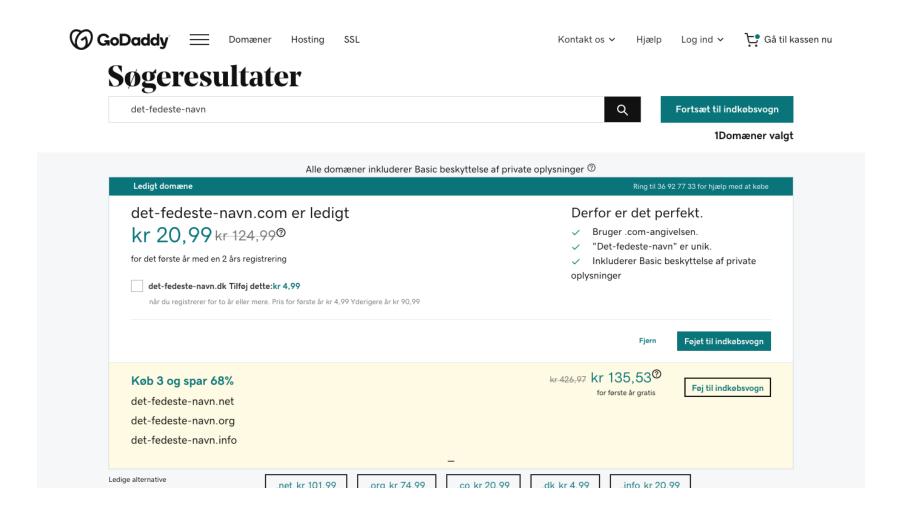
**OPT-IN** 

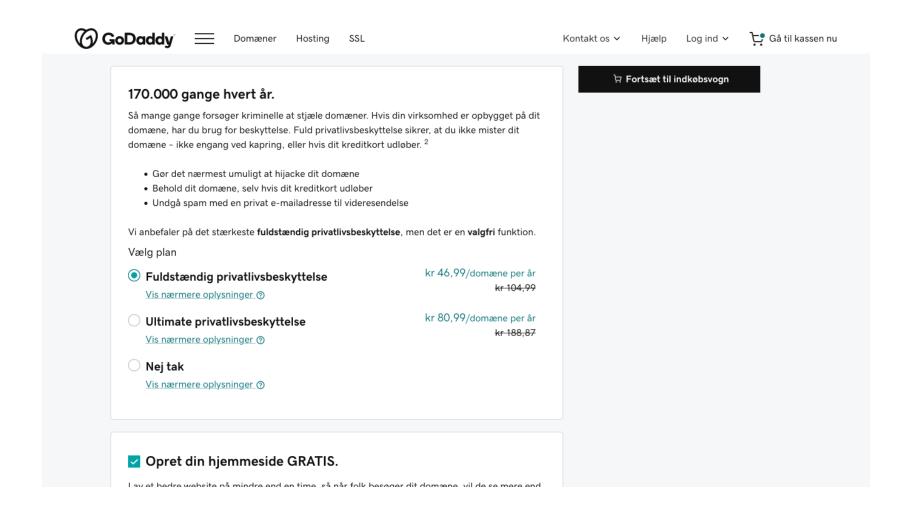


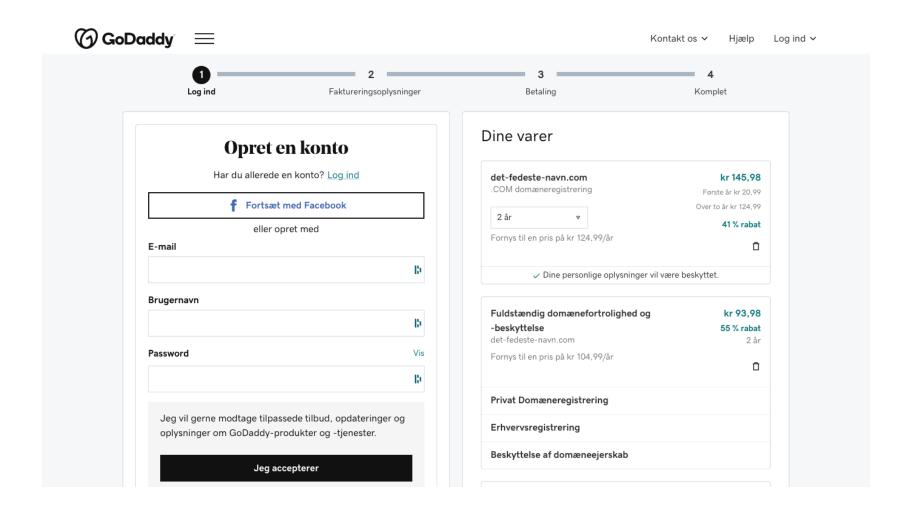
#### Opt-in vs. opt-out – organdonorer

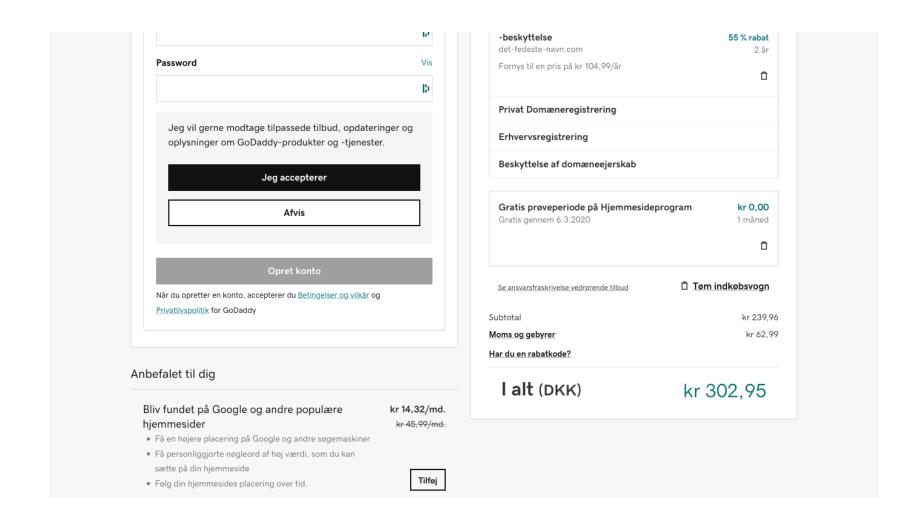


**Effective consent rates, by country**. Explicit consent (opt-in, gold) and presumed consent (opt-out, blue).









#### Skjulte reklamer



#### Misbrug af brugerens mentale model (Ryanair)

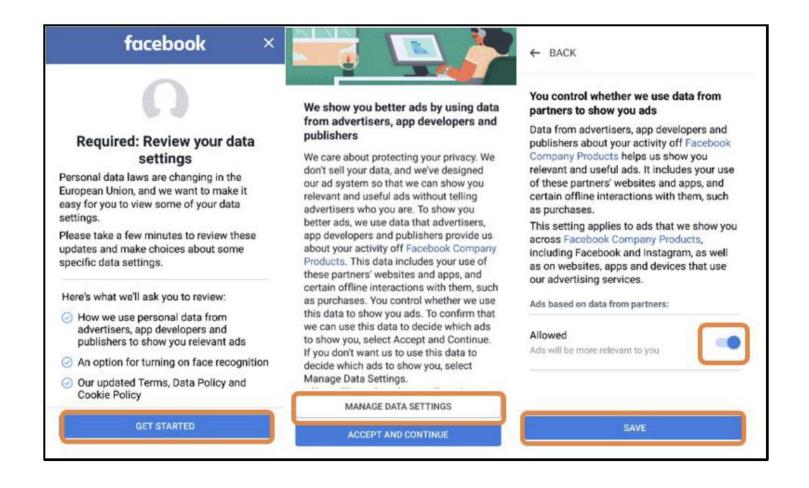
☐ The information you have provided will only be used to contact you about your booking unless you are subscribed to our members list. Subscribers will receive information from Ryanair and our partners. If you don't wish to receive our best offers then please tick the box.

If you wish to purchase travel insurance, please select your country of residence Passenger 1 Insurance - country of residence ▼ Insurance - country of residence If you do not wi ----e select "Don't insure me" in the drop-do recommends th United Kingdom ce Ireland Germany Spain France Italy Sweden Austria Buy nov Belgium Czech Republic ✓ Buy up Denmark Don't Insure Me Finland Hungary Latvia Lithuania Malta

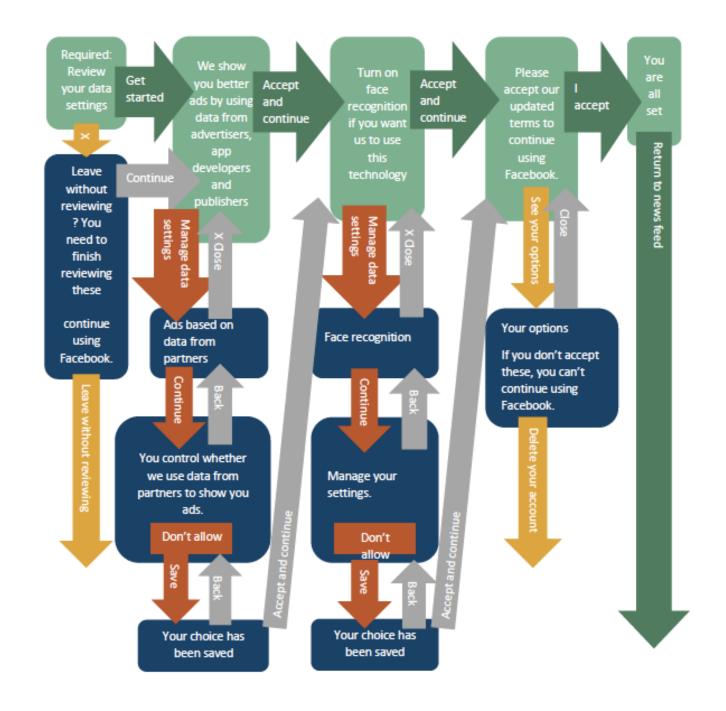




#### Facebook privacy indstillinger



# Facebook flowchart Privacy settings



#### "Relevante" annoncer (Google)

#### Googles opt-in besked:

"Make ads more relevant to you"

#### **Googles opt-out besked:**

"You'll still see ads, but they'll be less useful to you"



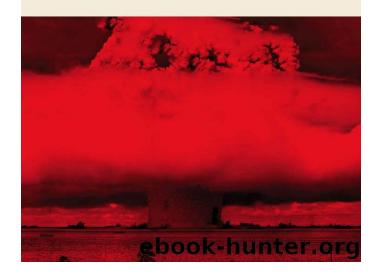


# Ruined by Design

How Designers Destroyed the World, and What We Can Do to Fix It

#### **Mike Monteiro**

Foreword by Vivianne Castillo



#### Klar til på onsdag (i dag!)

- I skal finde en <u>commercial</u> <u>virksomhed</u>, som I vil arbejde med. Jeres fokus skal være på bæredygtighed eller en form af social impact eller en kombi.
- I skal **udvælge 1-3 SDG'er** (verdensmål) til jeres fokus -> det bestemmes lidt af hvad I vælger af bæredygtigt område.
- Brug en Non-human persona, som passer bedst ind I jeres fokus (*hvis muligt*). Elles må i skabe en Non-human persona.

  Non-human persona er en af jeres **key-stakeholders**!
- Map jeres stakeholder ud, som er en jeres UX projekt.
- I skal lave en UX projekt brief klar til på onsdag

#### Klar til på fredag!

- Definer et klart **responsmål** for jeres virksomhed (hvad vil de allerhelst have brugeren til at gøre?)
- Udarbejd to designforslag (der begge søger at opfylde responsmålet)
  - Forslag 1: **Etisk design** (ingen manipulation, diskrimination eller usandheder)
  - Forslag 2: Brug deceptive patterns (få så høj en konverteringsrate som muligt!)
  - (de to designforslag behøver ikke være "pixel perfect" på fredag – det vigtigste er konceptet/ideen)