

Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Філософський факультет  
Кафедра теоретичної і практичної філософії

**Специфіка функціонування етичного в мережевих спільнотах**  
**The specifics of the functioning of the ethical in online communities**

Кваліфікаційна робота за напрямом підготовки 033 «Філософія»  
на здобуття освітнього рівня бакалавр філософії

**Студент-виконавець**

Лобур Анжеліка Ігорівна  
IV курс, ОР «Бакалавр»  
денної форми навчання

**Науковий керівник:**

Бойченко Михайло Іванович  
професор кафедри теоретичної і практичної філософії

Допущено до захисту:  
На засіданні кафедри теоретичної  
і практичної філософії  
Протокол №\_\_\_ від \_\_\_\_\_ 2022 р.

Зав. кафедри теоретичної і практичної філософії,  
доктор філософських наук, професор,  
Шашкова Людмила Олексіївна

**Київ-2022**

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
Розділ 1. Соціальна етика як теоретична основа осмислення і організації мережевої комунікації .....	5
Розділ 2. Етика та етикет у практиках мережевої комунікації.....	11
Розділ 3. Шляхи вдосконалення системи етичного в організації мережевої комунікації .....	17
ВИСНОВКИ.....	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	28

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Соціальні мережі продовжують привертати високий рівень уваги серед філософів, викладачів та науковців. Етика мережевого спілкування розглядає використання таких аспектів, як конфіденційність та прозорість. Це виходить за рамки звичайних тем етики, проте, щоб відкрилися інші, менш помітні, але настільки ж глибокі питання щодо влади, свободи та експлуатації. Facebook залишається найпопулярнішою платформою серед соціальних мереж з точки зору активних користувачів. Вона використовує онлайн-комунікаційні платформи на основі web 2.0, які дозволяють своїм користувачам створювати профілі в обмеженій системі та обмінюватися повідомленнями з іншими користувачами.

Значна частина обговорень етичних питань мережевої комунікації відбувається в таких галузях як комп'ютерна етика та філософія технології. Стандартний підхід у комп'ютерній етиці полягає в оцінці морально проблемного використання інформації та комунікативних технологій через призму різних етичних теорій і моральних принципів філософії. Основними теоретичними ресурсами, які використовуються, є етика чесноти та варіанти кантіанства, консеквенціалізма та утилітаризма. Також існують етичні дилеми, які розглядається з точки зору законодавчої відповідності та дотримання професійних кодексів.

Комп'ютерна етика, як правило, зосереджена навколо усталених тем, таких як конфіденційність, безпека, свобода вираження поглядів та інтелектуальна власність. Стандартні підходи до етики мають зосередитися на випадках неетичної поведінки, таких як крадіжка особистих даних, використання підроблених профілів, практика зловживання в Інтернеті, кібербулінг тощо. Стандартні підходи до комп'ютерної етики можуть пропустити деякі етичні наслідки, які закладені у властивості та особливості самих комунікативних технологій. Хоча вони можуть все більше функціонувати без людського втручання, тим не менш, є створеними людьми

артефактами, призначеними для певних цілей для того, щоб досягати конкретних задач.

Технологія організації мережевого спілкування завжди відбувається в рамках конкретного соціального, економічного та історичного контексту. Етика мережевого спілкування визначає судження про те, що важливо, а що ні, і, яким чином проявляється їх етичний вимір. Таким чином, вони визначають правила організації та здійснення мережевого спілкування. Обрана тематика яскраво відображена в працях Айзексона В., Аніщенко О. В., Архипової Є. О., Біловодської О. А., Білоусова О. С., Девтерової І. В. та інших науковців.

**Мета дослідження** – уточнити перелік етичних правил і принципів організації мережевого спілкування. Для виконання поставленої мети необхідно досягнути такі **завдання**:

- розглянути соціальну етику як теоретичну основу осмислення і організації мережевої комунікації;
- вивчити роль етики і етикету у практиках мережевої комунікації;
- запропонувати шляхи вдосконалення системи етичного в організації мережевої комунікації.

**Об'єкт дослідження** – мережеве спілкування.

**Предмет дослідження** – перелік етичних правил і принципів організації мережевого спілкування.

Для написання роботи використано такі методи дослідження, як аналіз, синтез, індукція, дедукція, порівняльний, системний, табличний, графічний та інші.

Для написання роботи використано книги, статті та електронні ресурси з обраної тематики.

**Обсяг та структура роботи.** Робота вміщує у собі вступ, три розділи, висновки та список використаних джерел. Обсяг роботи складає – 30 сторінка.

## **Розділ 1. Соціальна етика як теоретична основа осмислення і організації мережевої комунікації**

Законодавчо визначено, що «інформація – це будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді» [1].

«Соціальна етика/етика віртуальної комунікації – сфера практичної філософії, яка лише починає формуватися. Існують три взаємопов'язані види етичних явищ:

- прямий етичний вплив самої діяльності в соціальних мережах (справедливий чи несправедливий, шкідливий чи корисний) на учасників, а також на треті сторони та установи;
- непрямі етичні впливи на суспільство діяльності соціальних мереж, викликані сукупною поведінкою користувачів, постачальників платформ та/або їх агентів у складних взаємодіях між цими та іншими соціальними акторами та силами;
- структурний вплив соціальних мереж на етичну форму суспільства, особливо на ті, які керуються домінуючими наглядовими та екстрактивістськими ціннісними орієнтаціями, які підтримують платформи та культуру соціальних мереж. Пріоритети повинні бути не постійними, а визначатися на певний період і коригуватися залежно від ситуації. У законі прописано, що «має місце технічне відставання інформаційно-комунікаційних систем, мереж передачі даних, які відзначаються недостатньою пропускнуою здатністю і надійністю зв'язку, низькою якістю та незначним обсягом послуг» [2].

Більшість досліджень у цій галузі, однак, залишається зосередженою на тематиці дослідження потенційної шкоди або специфічної для домену етичної дилеми, яка виникає внаслідок прямого, непрямого чи структурного впливу. Фундаментальні практики, що викликають занепокоєння щодо прямого етичного впливу на конфіденційність, включають:

- передачу даних користувачів третім сторонам для нав'язливих цілей, особливо для маркетингу, аналізу даних та спостереження;
- використання даних для навчання систем розпізнавання обличчя або інших алгоритмічних інструментів, які ідентифікують, відстежують і профілюють людей без їхньої добровільної згоди;
- можливість сторонніх додатків збирати та публікувати дані користувачів без їхнього дозволу чи відома;
- переважна опора на непрозорі або неадекватні налаштування конфіденційності;
- зловживання інструментами або даними соціальних мереж для переслідування.

Опосередковано, стимули соціальних медіа-середовища створюють особливі проблеми щодо норм конфіденційності. Наприклад, оскільки саме можливість доступу до інформації, якою вільно поширюються інші, робить спілкування унікальним, привабливим та корисним явищем, і оскільки платформи, як правило, призначені для винагороди за розкриття інформації, виявляється, що всупереч традиційним поглядам на конфіденційність інформації, надання користувачам більшого контролю над їхньою практикою обміну інформацією може фактично призвести до зниження конфіденційності для них самих та інших людей у їхній мережі.

Згідно із законом комунікативні інструменти є основним чинником у створенні соціуму у 21ст.

Справді, рекламодавці, страхові компанії та роботодавці все менше зацікавлені в пізнанні приватних фактів життя окремих користувачів і більше зацікавлені у використанні їхніх даних для навчання алгоритмів, які можуть передбачати поведінку людей, дуже схожих на цього користувача. Таким чином, реальний ризик конфіденційності практик соціальних медіа часто не для них самих, а для інших людей; якщо людина задоволена особистим ризиком, пов'язаним з його звичками обмінюватися даними, це не означає, що ці звички є етично доброякісними. Більше того, користувачі все ще

перебувають у напрузі між їхніми особистими мотивами використання соціальних мереж та мотиваціями компаній, які володіють їхніми даними, орієнтованими на прибуток.

На правовому рівні сказано, що «електронна культура – форма культури, яка передбачає стимулювання та мотивування поширення здобутків у сфері культури за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій» [5].

«Мережеві архітектури, як правило, розглядають людські стосунки так, ніби всі вони єдині, ігноруючи глибокі відмінності між типами соціальних відносин (сімейні, професійні, колегіальні, комерційні, громадянські тощо). Як наслідок, контроль конфіденційності в таких архітектурах часто згладжує мінливість норм конфіденційності в різних сферах, але перекриваються в соціальних сферах.

Контекстуальна цілісність вимагає, щоб інформаційна практика поважала контекстно-залежні норми конфіденційності, де «контекст» відноситься не до занадто грубої різниці між «приватним» і «публічним», а до набагато більшого набору соціальних установ, що характеризуються відмінними ролями, нормами та цінностями. Наприклад, одна й та сама інформація, яка стала «публічною» в контексті оновлення статусу родини та друзів у Facebook, може, тим не менш, вважатися «приватною» в інших контекстах одним і тим же розкривачем; тобто вона не може очікувати, що цю інформацію буде надано незнайомцям, які шукають у Google її ім'я, або працівникам банку, які вивчають її кредитну історію.

Законодавчо визначено, що «вектор гордості – забезпечення взаємної поваги та толерантності в суспільстві, гордості за власну державу, її історію, культуру, науку, спорт» [6]. З боку дизайну така складність означає, що спроби створити більш «зручніші» засоби контролю конфіденційності стикаються з важкою проблемою – вони повинні збалансувати потребу в простоті та зручності використання з потребою краще представляти багаті та складні структури соціального середовища. Таким чином, ключове питання дизайну полягає в тому, як можна зробити інтерфейси конфіденційності соціальних

мереж доступнішими та соціально зрозумілішими для користувачів. Айзексон В. писав, що «мало хто знає, що теорію сучасного цифрового світу сформулювали ще в середині XIX століття» [7].

Визначною пов'язаною проблемою є «парадокс конфіденційності», коли добровільний обмін даними в інтернеті користувачами суперечить їхнім заявленим цінностям щодо конфіденційності. Однак нещодавні дані про те, що Apple запровадила в iOS 14.5 можливість відстеження реклами, яку переважна більшість користувачів iOS відмовилася дозволити, свідчать про те, що більшість людей продовжують цінувати та діяти так, щоб захистити свою конфіденційність, коли їм надається простий вибір, що не перешкоджає їх доступу до послуг.

Аніщенко О. В. визначила, що «перехід до інформаційного суспільства зумовлює необхідність розв'язання соціальних питань, пов'язаних з проблемами адаптації особистості, державних інститутів, нормативно-правової бази, засобів масової інформації і суспільства в цілому до умов інвестиційно-інноваційного етапу розвитку суспільства» [8]. Архипова Є. О. визначила, що «сучасне суспільство перебуває в процесі трансформації: зароджується нове інформаційне суспільство, ефективність соціально-економічного розвитку якого залежить перш за все від створення, виробництва, зберігання та розповсюдження інформації» [9].

Зростання спільнот, які базуються на відкритому обміні інформацією, може фактично вимагати перемістити увагу в інформаційній етиці з проблем конфіденційності на занепокоєння щодо відчуження, тобто використання інформації для цілей, не призначених відповідною спільнотою. Такі міркування призводять до того, що користувачі можуть застосовувати «партизанську тактику» дезінформації, наприклад, надаючи хостам соціальних мереж фальшиві імена, адреси, дати народження, рідні міста або інформацію про роботу. Така тактика мала б на меті зруйнувати появу нового «цифрового тоталітаризму», який використовує в якості політичного контролю силу інформації, а не фізичну силу.

Біловодська О. А. зазначає, що «у сучасному світі люди масово переходять у онлайн не лише для розваг, а й для того, щоб навчатися, працювати здійснювати покупки, шукати необхідну інформацію тощо» [10].

«Нарешті, проблеми конфіденційності у соціальних мережах висвітлюють більш широку філософську та структурну проблему, яка включає міжкультурні виміри інформаційної етики та проблеми етичного плюралізму в глобальних цифрових просторах».

Білоусов О. С. писав, що «головним фактором розвитку суспільства визначено виробництво та використання науково-технічної й інших видів інформації» [11].

«Технології соціальних мереж відкривають новий тип етичного простору, в якому особисті ідентичності та спільноти, як «реальні», так і віртуальні, створюються, презентуються, обговорюються, керуються та здійснюються. Таким чином, результатом їх застосування є ідентичність, заснована на матеріальній реальності та втіленні людини, але більш явно «рефлексивної».

Ще одним важливим феноменом використання соціальних мереж є збереження та спільна пам'ятність профілів Facebook після смерті користувача; це не тільки активізує ряд класичних етичних питань про етичні обов'язки шанувати і пам'ятати померлих, але також відновлює питання про те, чи можуть моральні ідентичності зберегтися після того, як втілені ідентичності закінчуються, і чи мають померлі постійні інтереси у своїй соціальній присутності або репутації.

Девтеров І. В. окреслив, що «у сучасному соціальному світі, як і у минулі часи розвитку суспільно-історичного процесу, найактуальнішою проблемою залишається питання щодо особливостей формування особистості та характеру її існування у суспільстві, функціонування соціальної структури взагалі» [12].

## **Висновки до розділу 1**

Віртуальне спілкування дає людству незнані до цього перспективи бути вільними у мережі, випробовуючи свою моральну складову, що може створити певні етичні питання, які мають як теоретичну так і практичну приналежність. Саме вони стають причиною поширення агресії в рекламі, порнопродуктах та засобах пропаганди. Етичні проблеми порушують усі принципи захисту особистого простору людини: посягання на приватне життя, недотримання правил авторського права.

## Розділ 2. Етика та етикет у практиках мережевої комунікації

Етика – це поняття про те, що добре, погано, правильно і неправильно. У соціальних медіа правильна етика дорівнює правильному погляду та мисленню щодо того, як правильно використовувати соціальні медіа та як правильно залучати людей. Зибіна К. В. зазначила, що «основою для цього послужила простота застосування та великі масштаби поширення інформації, а також доступність донесення потрібної та необхідної інформації до всього суспільства» [13].

Етикет – кодекс поведінки в контексті суспільства. Безперечно, є правильний і неправильний спосіб використання соціальних мереж. Кожен, хто коли-небудь отримував спам (а це в основному означає всі користувачі), розуміє цю концепцію. Качний О. С. писав, що «світове співтовариство увійшло в третє тисячоліття з надією забезпечити собі краще життя вже на новому витку історії та з дедалі новими можливостями, котрі надає науково-технічний прогрес» [14].

«Варто завжди спілкуватися чесно та відкрито. Істина – етична цінність, яку поважають інші люди. Вони, у свою чергу, також захочуть бути правдивими. З точки зору етикету, потрібно прямо говорити, хто ви є, згадувати свою приналежність і чітко говорити про свої наміри.

Прозорість є важливою як у бізнесі, так і в житті. З точки зору етики, необхідно завжди ділитися інформацією, яка, на вашу думку, допоможе іншим. Це – демонстрація гарного етикету. Кифяк О. В. вважає, що «в наш час на зміну телебаченню, радіо, пресі та іншим традиційним засобам масової інформації прийшли інтернет-комунікації, у т.ч. соціальні мережі» [15].

Немає нічого більш дратівливого, ніж спроба поговорити з кимось, хто захоплений своїм телефоном, планшетом чи іншим електронним гаджетом. Це особливо важливо у спілкуванні. Постійна перевірка електронної пошти, голосової пошти чи надсилання у Facebook необхідних повідомлень.

Використання будь-якого виду словесної образи в інтернеті може призвести до виключення з соціальних груп.

Коган К. М. визначив, що «з розвитком Інтернету, особливо такого його сегмента, як електронні соціальні мережі, у «сітку» яких потрапили мільйони людей, особливої актуальності набула проблема дослідження закономірностей конструювання й функціонування цих мереж» [16].

«Один із способів уникнути розповсюдження занадто великої кількості особистої інформації в інтернеті – запитати себе, чи не виникне проблеми з тим, що керівник, батьки чи діти побачать цю публікацію зараз чи в будь-який момент у майбутньому. Якщо відповідь ствердна, не потрібно її публікувати.

Надмірне поширення та крадіжка особистих даних може весело грати разом із публікаціями в соціальних мережах, які розповідають про улюблений колір, першу машину та вулицю, на якій вирости, шахраї можуть використати їх, щоб викрасти особисту інформацію. Не менш важливо пам'ятати про те, кого потрібно включити, оскільки деякі люди вважають за краще не додавати їх до великих групових текстів або груп соціальних мереж. Хороший мережевий етикет передбачає спершу отримати дозвіл, щоб переконатися, що вони дозволяють це.

Сьогодні світ переживає нову могутню революцію, а тому дозволяє здійснити принциповий розкол в основних сферах – роботі, організації дозвілля, відтворення суспільної критики. Кудрявцева С. П. окреслила, що «інформація – дані, що використовуються для отримання нових знань чи прийняття рішень» [17]. Щоб залишатися на зв'язку з колегою, не додаючи її в друзі, необхідно сказати, що використовується Facebook лише для близьких особистих дружніх стосунків. Необхідно запропонувати підключитися до LinkedIn або іншого професійного мережевого сайту, щоб залишатися на зв'язку.

Мануйлов Є. М. говорив, що «в інформаційному суспільстві на аксіогенезу особистості здійснюють вплив нові суб'єкти і процеси, яких не було представлено на попередніх історичних етапах розвитку людства» [18].

«Під час зустрічі з колегами в інтернеті дотримання кількох загальних рекомендацій може допомогти підтримувати професійну взаємодію. Правильний онлайн-етикет для відеозустрічей включає:

- перевірку аудіо та відео пристрою перед нарадою, щоб переконатися, що вони працюють;
- створення фону, який не загромождається, щоб він не заважав, або вибір фону, запропонованого платформою для відеозустрічей;
- вибір професійного екранного імені;
- вчасне приєднання до зустрічі.

Варто поважати право конфіденційності. Не варто пересилати надіслану інформацію без попереднього уточнення у вихідного відправника, оскільки це може викликати його недовіру. Це включає копіювання та вставку текстів або надсилання скріншотів. Повага до конфіденційності застосовується під час завантаження в інтернет фотографій або відео, які включають інших людей, будь то в публічному місці або на приватній сторінці в соціальних мережах. Не варто підписуватися на інформаційні бюлетені та інші повідомлення, використовуючи чужу інформацію. Налаштувати власний обліковий запис електронної пошти або вказати власний номер для текстових повідомлень досить просто, і це може захистити від роздратування друзів, дозволивши їм не отримувати електронні листи або повідомлення, які їм не потрібні.

Найдьонов О. Г. визначив, що «сучасний дискурс мережевого суспільства є актуальною потребою правильного орієнтування в нових соціальних реаліях і спрямування суспільного та державного розвитку в корисному для людства напрямку» [19].

«Необхідно перевіряти факти перед репостом. Міські міфи, підроблені купони роздрібних продавців та інші форми дезінформації також додають шуму та витрачають час людей. Лише користувачі Facebook стикаються з певною формою дезінформації приблизно 70 мільйонів разів щомісяця. Якщо немає впевненості у фактах, які стоять за онлайн-історією або публікацією в соціальних мережах, потрібно звернутися до когось, хто володіє перевіреною

інформацією. Інший варіант – виконати пошук у Google або snopes.com, щоб перевірити, чи є публікація правдивою, чи це шахрайство.

Термін «спам» застосовується до отримання будь-якого небажаного повідомлення. У світі спам може стосуватися небажаних електронних листів, текстових повідомлень або повідомлень у соціальних мережах. Більшість із людей знайома зі спам-дзвінками або спам-листами від компаній. Крім того, чимало найгірших комп'ютерних вірусів в історії розповсюджувалися масовими електронними листами. Тож не варто відкривати електронні листи чи повідомлення в соціальних мережах від того, кого не знаєте. Якщо повідомлення містить завантаження, варто двічі перевірити відправника, перш ніж відкривати його, щоб переконатися, що його надіслав саме той, хто вказаний.

Варто ігнорувати та видаляти спам та небажані повідомлення. В іншому випадку необхідно люб'язно відповісти на повідомлення упродовж кількох днів, особливо якщо це повідомлення від родини чи друзів. Якщо на відповідь необхідно більше часу, варто тільки про це повідомити відправника за допомогою будь-яких засобів зв'язку. Завдяки інформаційним технологіям ті негативні наслідки стандартизації, централізації і масифікації, що призводять до втрати людьми своєї індивідуальної цінності та перетворюють їх на загальну однорідну масу, з часом йдуть в минуле.

Степанов В. Ю. зазначав, що «у свою чергу суспільство представляється як об'єкт тотального впливу з боку нібито головного чинника соціальних змін, а по суті окремої підсистеми (комунікацій) та власної підсистеми (науково-технічної сфери)» [20]. «Не потрібно залишати в інтернеті недостовірну інформацію лише тому, що немає можливості оновити свій профіль у соціальних мережах або, якщо є бізнес, веб-сайт компанії. Визнаючи, що інтернет є продовженням суспільства. Інтернет – не новий світ, у якому щось відбувається, а визначає новий вимір світу навколо нас.

Цінності суспільства проти ворожих висловів і фанатизму, експлуатації дітей та дитячої порнографії, порушення авторських прав та інших форм

крадіжки залишаються недоторканими. Також слід дотримуватися цінностей ввічливості, доброти, відкритості та ставлення до інших з такою самою повагою, яку варто отримати.

Для компаній потрібно бути хорошим користувачем мережі, застосовувати онлайн-етику та використовувати мережевий етикет, що включає:

- Дотримання прав на конфіденційність для офлайн-працівників. Необхідно поважати інформацію, якою громадяни володіють під час їх офлайн-взаємодії.
- Підтримка прозорості інформаційної політики. Вживаючи заходів, щоб споживачі могли легко та швидко зрозуміти, як ця компанія використовує їх інформацію та захищає їх від шкоди, компанії можуть надати користувачам чіткі засоби власності та самовизначення, що зміцнює споживчі відносини.
- Більшість користувачів інтернету автоматично застосовують таку саму відповідальну шанобливу поведінку в інтернеті, як і в будь-якому іншому середовищі, і за своєю природою застосовують мережевий етикет та онлайн-етику, і є хорошими користувачами мережі. Меншість, яка не вміє застосовувати суспільні цінності в певному або будь-якому середовищі, включаючи інтернет, що швидко визначається як виняток, з яким потрібно мати справу на соціальному чи кримінальному рівні.
- Соціальні медіа. В даний час використання соціальних медіа стало частиною життя людини. Це дозволяє користувачам отримувати та обмінюватися інформацією по всьому світу за дуже короткий час.

## **Висновки до розділу 2**

Визнаючи, що закони, які зараз діють для захисту прав і гідності громадян, застосовуються в режимі онлайн, і що там, де це необхідно, закони

оновлюються, щоб відобразити ці права в розширеному середовищі. Крадіжка, переслідування та знущання в Інтернеті все ще є крадіжкою, переслідуванням і знущанням. Навіть коли національні кордони більше не діють, культурна повага та толерантність мають залишатися. Для цього потрібно знайти спосіб визнати, що соціальні цінності та норми деяких користувачів мережі не будуть соціальними цінностями і нормами всіх користувачів мережі.

### **Розділ 3. Шляхи вдосконалення системи етичного в організації мережевої комунікації**

Усвідомлення проблематики щодо Інтернет-комунікації лише набирає своїх обертів. Інтернет, являючи собою відносно новітнє явище, невпинно формує протиріччя, як невмотивованих страхів, так і несвідомих надій, що спричиняють недоцільне моральне оцінювання цього феномену. Таким чином стає очевидним впровадження віртуальної етики, яка реалізує оцінку процесів віртуальної комунікації, а також здійснить обґрунтування етичних норм та принципів, регулюючих поведінку в цій сфері і простежить організацію механізмів, підтримуючих їх вагомість.

В цілому можна сказати, що сенс деяких кодексів щодо використання комп'ютерних мереж є різним, однак базис у них є однаковим, що являє собою перелік моральних настанов, які можна звести до таких тез:

- 1) використання комп'ютеру не має наносити збитків(моральних або фінансових) іншим індивідам;
- 2) не можна перешкоджати чи влізати в робочий процес інших людей, що використовують комп'ютерні мережі;
- 3) не слід використовувати файли, що створенні не для загального використання;
- 4) не можна вдаватися до крадіжок за допомогою комп'ютеру та його можливостей;
- 5) не можна розповсюджувати неправдиву інформацію;
- 6) не можна застосовувати піратське програмне забезпечення;
- 7) слід поважати авторське право;
- 8) не можна застосовувати комп'ютерне обладнання або Інтернет можливості без згоди або належного відшкодування;
- 9) слід задумуватися про вірогідні ефекти на соціум від програм або систем, що ви напрацьовуєте;

10) слід контролювати свої потяги до виплескування негативу у мережевій комунікації та ставитися з повагою до інших користувачів;

Наряду з основними етичними правилами (суспільна і індивідуальна відповідальність, рівність учасників спілкування, ретельне здійснення своїх професійних зобов'язань), у всіх кодексах зазначені фундаментальні права, які мають усі повнолітні учасники онлайн комунікації. Дані права створені на виконання чотирьох основних етичних принципів: секретність приватного життя, повага до чужого майна, коректність(ясність) і масовість. Тепер ознайомимося з кожним з них більш ретельно.

Аналізуючи перший принцип “секретності приватного життя”, можна зрозуміти, що першочергову ступінь займає право людини на свободу та автономію особистого життя та забезпечення його безпеки в оточенні інших індивідів та органів влади. Таким чином, конфіденційність займає одну з передових ролей у досягненні користувачами власної приватності серед інформаційних мереж та поміж інших споживачів. Позбавлення індивіда його права на приватне існування є одним з можливих наслідків інформаційної революції.

Розглядаючи другий принцип “приватної власності”, слід зазначити, що він являє собою основу майнового порядку в економіці. Зважаючи на етику кіберпростору - вона сприяє дотриманню прав власності інформаційної складової та авторського права. Хоча електронне поширення інформації та комунікативних технологій у будь-якому їх вигляді спричиняє між користувачами ті чи інші конфлікти з приводу інтелектуальної власності.

У цьому дискурсивному полі вирізняють ще одну етичну дилему, а саме те, що досить часто просто дублюють комп'ютерні програми, що є нічим іншим як плагіатом. Проблема полягає в тому що охорона інтелектуальної власності на них є великою складністю, тому що дані програми не завжди визначають в звичайних категоріях законів про таємницю торгівлі, патенти та авторське право. Інколи складно зазначити відмінність між викраденням ідеї

та застосуванням ідеї іншого як джерела натхнення для створення нової концепції чи технології.

Наступний принцип коректність(ясність) виявляється у додержанні правил, що забезпечують точне дотримання інструкцій з використання систем та обробки інформації та й у сумлінному і громадянсько-відповідальному відношенні до своїх обов'язків.

І останній принцип масовості(доступності), у свою чергу, відповідає за вільне володіння громадянами інформацією, надання якої здійснюється без обмежень у часі та місцезнаходженні. Як одне з найголовніших положень інформаційного суспільства, загальнодоступність сприяє постачанню будь-якої інформації в соціальній сфері та запевняє споживачів у власному праві на комунікацію.

Соціальні медіа слід вважати важливим інструментом комунікації, адже дозволяють людині спілкуватися не з однією людиною, а з двома або більше.

На жаль, наслідки зловживання соціальними мережами під час поширення інформації також впливають на кількість користувачів, які входять в легальний домен через неетичне поширення інформації в соціальних мережах. Щоб зменшити проблему використання соціальних медіа, необхідна етична поведінка, щоб запобігти взаємній образі чи звинуваченню інших без видимої причини. Насправді, ці питання призведуть користувачів до суду за необережність у поширенні інформації в Інтернеті. У сьогоденному світі інформація вважається найбільш значимим проявом капіталу, адже будь які методи та засоби спілкування все частіше відбуваються саме в інтернеті.

Усі люди, незалежно від того, коли вони народилися, отримують користь від інноваційних способів спілкування. Люди є високосоціальними істотами, їм подобається бути в оточенні друзів і ділитися своїм особистим досвідом з іншими. Поява інструментів соціальних мереж ілюструє сильне та фундаментальне прагнення людини до соціальної приналежності та міжособистісного обміну – «соціального мозку». Соціальні медіа настільки поширені в нашому особистому житті, що тепер стають інструментом

залучення співробітників до етичних цінностей. Соціальні мережі вже досить давно належать до числа найбільш популярних платформ в Інтернеті.

Аналізуючи, спостереження за міжособистісними контактами колег, можна зазначити, що соціальні медіа грають важливу роль у спілкуванні: вони трансформували спілкування з одностороннього на двобічне, та усестороннє. Соціальні медіа дають можливість людям спілкуватися про важливість етичних цінностей. Оцінка стану розвитку цифрових компетентностей передбачає дослідження готовності громадян до набуття цифрових компетенцій та держави до забезпечення досягнення цілей цифрового розвитку.

Нелінійна природа соціальних медіа дає автентичність, яку важко відтворити іншим комунікаційним інструментам. Вона може бути ідеальним засобом для людей, щоб поділитися етичними проблемами та історіями про дилеми, які були вирішені. Природу «розуму вулика» – метафору, яка походить від колективного інтелекту колоній соціальних комах, таких як бджоли, – можна використовувати для спільної взаємодії, щоб створити культуру, де питання обговорюються відкрито та прозоро. Приклади можуть включати запит на думку про своєчасну дилему або пошук прикладів «цінності в дії». Постійно розвивається державна структура забезпечення розвитку інформаційного суспільства.

Зростання технологій означатиме, що доступ до людей через їхні власні пристрої також є можливістю. Зараз люди очікують, що можуть здійснити пошук інформації та одержати результат одномоментно. Все більше і більше компаній звертаються до додатків як засобу спілкування зі співробітниками, що включає спілкування про етичні цінності. Використання мобільних телефонів для передачі коротких повідомлень надасть перевагу, відмінну від звичайних каналів передачі етичних цінностей.

Потенціал цих пристроїв, що використовується для забезпечення «розумного навчання», зростає. Ряд компаній розробляють персональні навчальні оновлення, які дозволять компаніям ефективно працювати,

запроваджувати стислі програми розвитку персоналу на щоденній основі за допомогою цих пристроїв. Мета полягає в тому, що навчання стане щоденною звичкою і швидко інтегрується в робочі практики.

Не секрет, що ефективна комунікація є основою успіху будь-якої організації, незалежно від галузі. Але щоб по-справжньому зрозуміти, що потрібно для ефективного спілкування, потрібно спочатку зрозуміти різні культурні фактори, які впливають на те, як люди взаємодіють один з одним.

У сучасному професійному світі, який швидко змінюється, дуже важливо зрозуміти, як культурні елементи впливають на спілкування між окремими особами та групами. Нездатність або небажання адаптуватися до змін є загальною перешкодою для міжкультурного спілкування. Часто люди неохоче сприймають нове через несвідомий страх, що це змінить їхню культуру чи систему переконань.

Аналогічно, замкнутість є ще одним бар'єром для міжкультурного спілкування, який може перешкодити успіху організації. На особистому рівні потрібно стати більш відкритим, що може бути так само просто, як дізнатися більше про ідею, яку інакше б не розглянули. Познайомитися з новими точками зору та докласти зусиль, щоб зрозуміти, що може вплинути на те, як приймаються рішення.

Використання точних даних може бути потужним інструментом, коли необхідно переконати когось розглянути інші ідеї. Обговорюючи варіанти і слухаючи, можна зміцнити довіру співрозмовника. Однак, ефективне подання цієї інформації може бути складним завданням. Якщо люди відчують себе перевантаженими інформацією або не довіряють її достовірності, це може мати протилежний ефект. Потрібно ретельно визначити та правильно подати інформацію, щоб успішно заохочувати інших людей комунікувати між собою.

### **Висновки до розділу 3**

Інтернет виступає причиною зародження різноманітних проблем. Саме тому необхідно створювати етичний кодекс для здійснення оцінки якості реалізованих соціальних комунікацій. На жаль, наслідки зловживання соціальними мережами під час поширення інформації також впливають на кількість користувачів, які входять в легальний домен через неетичне поширення інформації в соціальних мережах.

Для недопущення порушення прав етичного у мережевому спілкуванні і створюються різноманітні кодекси та документи, діяння у відповідності з якими є обов'язковою характеристикою».

Проблема полягає в тому, що більшість лідерів мають мережі, повні людей, які думають і діють так само, як вони, і багато хто не вміють шукати різні думки, особливо в дуже напружених ситуаціях. Замість цього вони звикають до людей, які мають схожі переконання та цінності. Це може призвести до особливо жакливих наслідків у міжкультурному середовищі.

Щоб подолати це, потрібна ще одна основна компетенція емоційного інтелекту, емпатія, яка дозволяє навчитися читати інших і по-справжньому розуміти, що для них важливо і що їх хвилює. Це, у свою чергу, допоможе комунікувати з людьми, розуміти їхні думки та допомогти, коли це потрібно.

Варто розуміти наслідки формування такої компетенції – підвищення самоповаги, покращення впевненості у своїй здатності вирішувати майбутні дилеми та більш етичний робочий клімат. І, можливо, важливіше те, що сміливі дії зробили їх щасливішими.

## ВИСНОВКИ

Сучасне суспільство перебуває в процесі трансформації: зароджується нове інформаційне суспільство, ефективність соціально-економічного розвитку якого залежить перш за все від створення, виробництва, зберігання та розповсюдження інформації.

Зростання спільнот, які базуються на відкритому обміні інформацією, може фактично вимагати перемістити увагу в інформаційній етиці з проблем конфіденційності на занепокоєння щодо відчуження, тобто використання інформації для цілей, не призначених відповідною спільнотою. Такі міркування призводять до того, що користувачі можуть застосовувати «партизанську тактику» дезінформації, наприклад, надаючи хостам соціальних мереж фальшиві імена, адреси, дати народження, рідні міста або інформацію про роботу. Така тактика мала б на меті зруйнувати появу нового «цифрового тоталітаризму», який використовує в якості політичного контролю силу інформації, а не фізичну силу.

Сьогодні люди поголовно дислокуються у онлайн мережу не лише з метою розважатися, а також для освіти, роботи, шопінгу, пошуку інформації тощо.

Нарешті, проблеми конфіденційності у соціальних мережах висвітлюють більш широку філософську та структурну проблему, яка включає міжкультурні виміри інформаційної етики та проблеми етичного плюралізму в глобальних цифрових просторах.

Комп'ютерна етика, як правило, зосереджена навколо усталених тем, таких як конфіденційність, безпека, свобода вираження поглядів та інтелектуальна власність. Стандартні підходи до етики мають зосередитися на випадках неетичної поведінки, таких як крадіжка особистих даних, використання підроблених профілів, практика зловживання в Інтернеті, кібербулінг тощо. Стандартні підходи до комп'ютерної етики можуть пропустити деякі етичні наслідки, які закладені у властивості та особливості

самих комунікативних технологій. Хоча вони можуть все більше функціонувати без людського втручання, тим не менш, є створеними людьми артефактами, призначеними для певних цілей для того, щоб досягати конкретних задач.

Технологія організації мережевого спілкування завжди відбувається в рамках конкретного соціального, економічного та історичного контексту. Етика мережевого спілкування визначає судження про те, що важливо, а що ні, і, яким чином проявляється їх етичний вимір.

Технології соціальних мереж відкривають новий тип етичного простору, в якому особисті ідентичності та спільноти, як «реальні», так і віртуальні, створюються, презентуються, обговорюються, керуються та здійснюються. Таким чином, результатом їх застосування є ідентичність, заснована на матеріальній реальності та втіленні людини, але більш явно «рефлексивної».

Ще одним важливим феноменом використання соціальних мереж є збереження та спільна пам'ять профілів Facebook після смерті користувача; це не тільки активізує ряд класичних етичних питань про етичні обов'язки шанувати і пам'ятати померлих, але також відновлює питання про те, чи можуть моральні ідентичності зберегтися після того, як втілені ідентичності закінчуються, і чи мають померлі постійні інтереси у своїй соціальній присутності або репутації.

Етикет – кодекс поведінки в контексті суспільства. Безперечно, є правильний і неправильний спосіб використання соціальних мереж. Кожен, хто коли-небудь отримував спам (а це в основному означає всі користувачі), розуміє цю концепцію. Надзвичайно важливо поважати кордони інших. Агресивному цільовому маркетингу немає місця в соціальних мережах. Мотивація бути частиною спільноти полягає в тому, щоб дати іншим користь від досвіду та налагодити стосунки з іншими членами спільноти.

Використовуються такі основні принципи етики та етикету соціальних медіа:

- Автентичність – люди відгукнуться позитивно, якщо ви щирі.

- Прозорість – наявність прихованих планів буде лише налаштовувати людей проти вас.
- Спілкування – знайомство з людьми, даючи їм можливість пізнати людину.

Усі люди, незалежно від того, коли вони народилися, отримують користь від інноваційних способів спілкування. Люди є високосоціальними істотами, їм подобається бути в оточенні друзів і ділитися своїм особистим досвідом з іншими. Поява інструментів соціальних мереж ілюструє сильне та фундаментальне прагнення людини до соціальної приналежності та міжособистісного обміну – «соціального мозку». Соціальні медіа настільки поширені в нашому особистому житті, що тепер стають інструментом залучення співробітників до етичних цінностей.

Варто завжди спілкуватися чесно та відкрито. Істина – етична цінність, яку поважають інші люди. Вони, у свою чергу, також захочуть бути правдивими. З точки зору етикету, потрібно прямо говорити, хто ви є, згадувати свою приналежність і чітко говорити про свої наміри. Прозорість є важливою як у бізнесі, так і в житті. З точки зору етики, необхідно завжди ділитися інформацією, яка, на думку, допоможе іншим. Це – демонстрація гарного етикету.

Один із способів уникнути розповсюдження занадто великої кількості особистої інформації в інтернеті – запитати себе, чи не виникне проблеми з тим, що керівник, батьки чи діти побачать цю публікацію зараз чи в будь-який момент у майбутньому. Якщо відповідь ствердна, не потрібно її публікувати.

Надмірне поширення та крадіжка особистих даних може весело грати разом із публікаціями в соціальних мережах, які розповідають про улюблений колір, першу машину та вулицю, на якій вирости, шахраї можуть використати їх, щоб викрасти особисту інформацію. Не менш важливо пам'ятати про те, кого потрібно включити, оскільки деякі люди вважають за краще не додавати їх до великих групових текстів або груп соціальних мереж. Хороший

мережевий етикет передбачає спершу отримати дозвіл, щоб переконатися, що вони дозволяють це.

Щоб залишатися на зв'язку з колегою, не додаючи її в друзі, необхідно сказати, що використовується Facebook лише для близьких особистих дружніх стосунків. Необхідно запропонувати підключитися до LinkedIn або іншого професійного мережевого сайту, щоб залишатися на зв'язку.

Під час зустрічі з колегами в інтернеті дотримання кількох загальних рекомендацій може допомогти підтримувати професійну взаємодію. Правильний онлайн-етикет для відеозустрічей включає:

- перевірку аудіо та відео пристрою перед нарадою, щоб переконатися, що вони працюють;
- створення фону, який не загромождається, щоб він не заважав, або вибір фону, запропонованого платформою для відеозустрічей;
- вибір професійного екранного імені;
- вчасне приєднання до зустрічі.

Варто поважати право конфіденційності. Не варто пересилати надіслану інформацію без попереднього уточнення у вихідного відправника, оскільки це може викликати його недовіру. Це включає копіювання та вставку текстів або надсилання скріншотів. Повага до конфіденційності застосовується під час завантаження в інтернет фотографій або відео, які включають інших людей, будь то в публічному місці або на приватній сторінці в соціальних мережах. Не варто підписуватися на інформаційні бюлетені та інші повідомлення, використовуючи чужу інформацію. Налаштувати власний обліковий запис електронної пошти або вказати власний номер для текстових повідомлень досить просто, і це може захистити від роздратування друзів, дозволивши їм не отримувати електронні листи або повідомлення, які їм не потрібні.

Без спілкування нічого не вийде. Цінні та взаємні за повагою розмови привертають увагу інших людей. Незважаючи на те, що кінцева мета – продавати свої продукти та/або послуги, не потрібно просто просувати свій бізнес, давати своїм читачам жорсткі продажі чи відверто рекламувати.

Соціальні мережі не є відповідним місцем для цього. Абсолютно етично використовувати сайти соціальних мереж для поширення свого повідомлення, повідомлення, яке, на вашу думку, зацікавить інших людей і яке задовольнить їхню потребу. Головна мета повідомлення – залучити більше трафіку до бізнесу через веб-сайт і блог.

На жаль, наслідки зловживання соціальними мережами під час поширення інформації також впливають на кількість користувачів, які входять в легальний домен через неетичне поширення інформації в соціальних мережах. Щоб зменшити проблему використання соціальних медіа, необхідна етична поведінка, щоб запобігти взаємній образі чи звинуваченню інших без видимої причини. Насправді, ці питання призведуть користувачів до суду за необережність у поширенні інформації в Інтернеті. У сучасному світі інформація вважається найціннішим проявом капіталу, адже будь які методи та засоби спілкування все частіше відбуваються саме в інтернеті.

Проблема полягає в тому, що більшість лідерів мають мережі, повні людей, які думають і діють так само, як вони, і багато хто не вміють шукати різні думки, особливо в дуже напружених ситуаціях. Замість цього вони звикають до людей, які мають схожі переконання та цінності. Це може призвести до особливо жаклих наслідків у міжкультурному середовищі.

Щоб подолати це, потрібна ще одна основна компетенція емоційного інтелекту, емпатія, яка дозволяє навчитися читати інших і по-справжньому розуміти, що для них важливо і що їх хвилює. Це, у свою чергу, допоможе комунікувати з людьми, розуміти їхні думки та допомогти, коли це потрібно. Варто розуміти наслідки формування такої компетенції – підвищення самоповаги, покращення впевненості у своїй здатності вирішувати майбутні дилеми та більш етичний робочий клімат. І, можливо, важливіше те, що сміливі дії зробили їх щасливішими.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про інформацію» від 25.06.2016 (ред. від 01.01.2022) № 2657-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2657-12>.
2. Закон України «Про концепцію національної програми інформатизації» від 04.07.2013 (ред. від 01.01.2022) № 75/98-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/75/98-%D0%B2%D1%80>
3. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» від 09.01.2007 (ред. від 06.02.2007) № 537-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/537-16>
4. Окінавська хартія глобального інформаційного суспільства від 22.07.2000 № 998\_163. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/go/998\\_163](https://zakon.rada.gov.ua/go/998_163)
5. Розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні» від 15.05.2013. № 386-2013-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/386-2013-%D1%80>
6. Указ Президента України «Про Стратегію сталого розвитку Україна-2020» від 12.01.2015 № 5/2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/5/2015>
7. Айзексон В. Інноватори. Як група хакерів, геніїв та гіків здійснила цифрову революцію. Київ : Наш формат, 2017. 488 с.
8. Аніщенко О. В. Інформаційна нерівність у сучасному суспільстві // Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи: зб. матеріалів ІІІ міжнародної наук.-практ. конф. – К.; Львів: ЛДУ БЖД, 2012. – Вип. 3, ч. 1. – С. 100-103.
9. Архипова Є. О. Інформаційна нерівність як соціальна проблема сьогодення // **Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2008. С.335-339.**
10. Біловодська О. А., Тхорук, Ю. С., Збарживецька, В. Б. Прикладні засади звуження ніші як інноваційної стратегії просування у соціальних

мережах в умовах діджиталізації бізнесу та формування цифрового середовища // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2020. Вип. 12. С. 88-96.

11. Білоусов О. С. Розвиток концепцій інформаційного суспільства: від формування теорії постіндустріалізму до сучасності / О. С. Білоусов. — Київ: Актуальні проблеми політики, 2013. URL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/567/Bilousov%20Rozvytok%20kontsep%20informat.pdf?sequence=1>

12. Девтеров І. В. Етичні проблеми кіберпростору / І. В. Девтеров. — Київ : Педагогічна преса, 2011.

13. Зибіна К. В. Нативна реклама – новий інструмент влучного охоплення цільової аудиторії / К. В. Зибіна, І. М. Сиволовський. — Харків : Вісник економіки транспорту і промисловості, 2018.

14. Качний О. С. Законодавчі аспекти впровадження інформаційно-комунікаційних технологій – стратегічного напрямку оптимізації державного управління / О. С. Качний. — Київ : Вісник Академії муніципального управління, 2015.

15. Кифяк О. В. Маркетинг у соціальних медіа (SMM) як інструмент просування товарів та послуг / О. В. Кифяк, В. Д. Урда. — Київ : Міжнародний науковий журнал «Інтернаука», 2017.

16. Коган К. М. Соціальна мережа як комунікаційна система: погляд крізь призму компаративістського аналізу основних соціологічних концепцій / К. М. Коган. — Київ : Вісник Київського національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, 2015.

17. Кудрявцева С. П. Міжнародна інформація / С. П. Кудрявцева, В. В. Колос. — Київ : Видавничий Дім «Слово», 2005.

18. Мануйлов Є. М. Вплив соціальних мереж на аксіогенезу особистості / Є. М. Мануйлов, Ю. Ю. Калиновський. — Київ : Вісник Національного юридичного університету ім. Я. Мудрого, 2021.

19. Найдьонов О. Г. Теоретико-методологічні особливості сучасного дискурсу мережевого суспільства: плюралізм і міждисциплінарність / О. Г. Найдьонов. — Київ : Вісник Інституту вищої освіти Національної академії педагогічних наук України, 2017.

20. Степанов В. Ю. Проблеми та перспективи інформаційного суспільства // Державне будівництво. 2012. № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu\\_2012\\_2\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2012_2_4)