

УДК 177

DOI 10.35423/2078-8142.2022.1.1.4

А. О. Олейник,
кафедра філософії та політології,
Національна металургійна академія України
м. Дніпро, Україна
e-mail: oleinyuk8386-1@sci-un1.uk
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4052-440X>

ПИТАННЯ ЕТИКИ ТА МОРАЛІ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Сьогоднішнє інформаційно-цифрове століття пропонує широке використання соціальних мереж. Їх застосування є повсюдним і зачіпає всі вікові групи, соціальні класи та культури. Однак, ширше використання цих засобів масової інформації супроводжується проблемами конфіденційності та етичними проблемами. Актуальність дослідження полягає у висвітленні проблеми моральної ролі людини в соціальних мережах. Мета полягає в аналізі сучасних етичних та моральних проблем, що виникли у соціальних мережах. Таким чином, об'єктом дослідження постають проблеми етики та моралі у соціальних мережах. Для досягнення мети були використані філософські та загальнонаукові методи. Серед загальнонаукових слід виокремити методи теоретичного (аналіз, узагальнення, класифікація та синтез) та емпіричного (опис та порівняння) рівнів. Також, для узагальнення аналізу літературних та власних експериментальних даних, використано бібліосемантичний метод. Доводиться, що соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя майже кожної людини. Матеріали статті являють собою практичну цінність у низці сфер, зокрема політичній, соціальній роботі, педагогічній, освітній, кримінальному правосудді та праві.

Ключові слова: авторське право у соціальних мережах, самоідентифікація, конфіденційність, довіра, кібербулінг.

Етика та мораль являють собою норми та правила соціальної поведінки, які характеризують людину, відрізняючи її від тварин та механізмів. Саме тому, завдяки названим феноменам, суспільство можна вважати чимось більшим, ніж людей, об'єднаних у групу. Слід розуміти, що духовні потреби, завдяки яким людина прагне пізнавати світ, у якому живе та разом з яким розвивається, формуються у суспільстві. Визначною особливістю XXI століття є Всесвітня інформаційна мережа Інтернет, яка стрімко набирає обертів, та в якій утворюється своєрідне суспільство, що охоплює членів різних соціальних груп, релігій, культур тощо. Водночас, перед нами постають такі етичні та моральні питання, як конфіденційність, авторське право у соціальних мережах, самоідентифікація, довіра, кібербулінг, які потребують окремого аналізу і докладного дослідження.

Питання моралі та етики в соціальних мережах порушували чимало зарубіжних та вітчизняних дослідників. Значний внесок у його розробку зробили Келсі Бенінгер [1], Роберт Дінгвал [2], Кінг [3], Олексій Халасіс [4], Аннет Маркхем [5], Альберт Боргманн [6].

Мета даного дослідження полягає в аналізі сучасних етичних та моральних проблем, які виникли у соціальних мережах, зокрема на прикладах таких понять і явищ, як «авторське право в соціальних мережах» та «кібербулінг». За допомогою аналізу та узагальнення були розглянуті проблеми самоідентифікації особистості в соціальних мережах. Серед емпіричних методів використані опис та порівняння (зокрема, під час порівняння питань конфіденційності та довіри в Інтернеті). З метою узагальнення аналізу літературних та власних експериментальних даних застосований бібліосемантичний метод.

В інформаційній безпеці та захисті інформації спеціалісти дотримуються визначення: конфіденційність інформації – це властивість безпеки інформації, за якої доступ до неї здійснюють лише суб'єкти доступу, які мають на нього право [7]. Проблеми конфіденційності в соціальних мережах висувують на перший план ширшу філософську та структурну проблему, що включає міжкультурні аспекти інформаційної етики та проблеми етичного плюралізму у глобальних цифрових просторах. Ханг Вонг стверджував [8], що норми конфіденційності мають бути контекстуалізовані у такий спосіб, щоб не нав'язувати культурно-панівне західне розуміння того, чому конфіденційність має значення. Наприклад, у конфуціанському контексті найбільше моральне занепокоєння викликає сімейна недоторканність приватного життя, а не індивідуальна недоторканність приватного життя. Рафаель Капурро також зазначив, що вужько

західні концепції конфіденційності затьмарюють інші законні етичні міркування, що стосуються практики нових медіа [9].

Соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter та Pinterest, дають можливість розмішувати в Інтернеті матеріали, які можуть бути захищені авторським правом [10]. Таким чином, сайт соціальної мережі не володіє даними, розміщеними на ньому, оскільки авторські права зберігаються за власником. Але, погоджуючись розмішувати дані на сайті, користувач підписує угоду, яка дає сайту ліцензію на використання даних для різних цілей, таких як відображення, адаптація або копіювання. Єдиною особою, яка може притягнути компанію або приватну особу до відповідальності за порушення авторських прав, є початковий автор твору. Найкращий спосіб захистити свій бізнес – завжди питати дозволу на використання тих чи інших даних у їхнього творця й закріпити його юридично, склавши двосторонню угоду, підписану обома сторонами. Крім цього на своєму веб-сайті або блозі потрібно розмішувати повідомлення про авторські права на певні дані, дослідження або праці. Ця практика виходить за рамки посилай та атрибуції, надаючи фактичний вихідний пост [12].

Технології соціальних мереж відкривають новий тип етичного простору, в якому особиста ідентичність та спільноти, як «реальні», так і віртуальні, конструюються, представляються, обговорюються, керуються та реалізуються. Етичні та метафізичні проблеми, що виникають при формуванні віртуальних ідентичностей та угруповань, викликають великий філософський інтерес. Однак, як зазначає Патрік Стоукс [13], на відміну від більш ранніх форм онлайн-спільноти, для яких типовими були анонімність та створення альтер-его, соціальні мережі, такі як Facebook, дедалі частіше закріплюють ідентичність учасників та зв'язки з реальними, втіленими особистостями та «реальним світом» в офлайн. Тим не менш, соціальні мережі, як і раніше, дають користувачам можливість безпосередньо керувати своєю самопрезентацією та своїми соціальними мережами способами, які часто-густо не дають їм можливість використовувати офлайн-простори вдома, у школі або на роботі. Таким чином, результатом є ідентичність, заснована на матеріальній реальності та втіленні людини, але більш явно «відбиває і надихає» у своєму уявленні [13].

Деякі психологічні дослідження засвідчують, що обурення в соціальних мережах підігрується «ефектом уповільнення Інтернету». Тобто люди в Інтернеті не обов'язково поведуться так, як вони поводитися б у розмові один на один під час взаємодії з іншими. Етчісон [14] також стверджує, що соціальні медіа компанії створені лише для отримання прибут-

ку від обурення в Інтернеті, оскільки публікації з обурливим вмістом, скоріше за все, отримують лайк і поділяться.

WebRoots Democarcy, наприклад, вважає, що уряди, користувачі Інтернету та самі соціальні мережі мають відповідальність за боротьбу зі зловживаннями в Інтернеті. Сполучене Королівство, наприклад, рекомендує створити спеціальне агентство для регулювання соціальних мереж, щоб наглядати за ефективністю заходів проти зловживання на цих платформах. Згідно з цією концепцією, компанії соціальних медіа повинні подавати щоквартальні «звіти про прозорість» до уряду, щоб відстежувати прогрес у боротьбі зі зловживанням в Інтернеті. Щоб змусити соціальні мережі дотримуватися правил, їм мають погрожувати тимчасовим закриттям усієї соціальної мережі. Нарешті, WebRoots Democarcy пропонує запровадити публічний інтернет-податок для соціальних мереж, а гроші будуть використовуватися для розробки цифрової обізнаності та антидискримінаційних програм, а також надати поліцейські ресурси для розслідування окремих випадків зловживання в Інтернеті. Хатчисон виступає проти посилення державного регулювання, зазначаючи, що в більшості країн вже працюють закони проти ненависті та інших подібних зловживань.

Американські психологи застосували концепцію «морального становища» до вивчення соціальних мереж. Вони дійшли висновку, що деякі люди хочуть покращити свій соціальний статус за допомогою коментарів у соціальних мережах [15]. Крім того, через бажання справити враження в соціальних мережах люди прискіпливі до помилок інших, часто висловлюють радикальні погляди і не бажають слухати іншу сторону.

Халапсис [16] відзначає, що за 10–15 років наше життя змінилося завдяки Інтернету. Люди, завдяки відкритому онлайн-простору, мають власний бізнес, займаються мистецтвом і знаходять віртуальних друзів чи навіть кохання [16]. Водночас, в Інтернеті ми маємо власний світ і суспільство, яке сприймаємо як залежний від багатьох факторів механізм. До останніх ми зараховуємо інформаційну та технічну революцію, виникнення нових способів взаємодії між людьми, появу нових засад і законів, що формують окремі групи суспільства, викликаючи виникнення нових або зникнення старих ланок суспільства. Якщо «старе» суспільство зникає, а замість нього з'являється нове – то що ж відбувається з мораллю? Мораль, яка була ефективною у минулому, вже не працює. А поняття «суспільство» можна поділити на реальне суспільство та віртуальне.

Конфіденційність, як зауважує Мур, не є синонімом слова «ховати-ся». Це вибірковий контроль за доступом до особистої інформації. Конфі-

денційність можна теоретизувати з дихотомічного погляду. У позитивному сенсі це означає контроль особистості над власними колами конфіденційності, розроблений у чотирьох вимірах: особистий простір у реальному світі, особиста цілісність – у психологічному вимірі, соціальна взаємодія та захист персональних даних – в інформаційному вимірі. З негативної точки зору визначення конфіденційності може стосуватися того факту, що уряд, компанії та інші фактори повинні не втручатися, коли йдеться про особисті дані особистості [17]. Проте, Дрейфус відзначає, що взаємодія в Інтернеті не схильна до ризику і що без ризику в електронному просторі не може бути справжнього сенсу або відповідальності. Навпаки, онлайн середовище приваблює нас саме тим, що дає можливість «грати» з ідеями ідентичності, відповідальності та сенсу, не ризикуючи при цьому наслідками, що знецінюють особистість та людські стосунки [18].

Звернемося до негативного явища в інформаційному просторі. Це так званий кібербулінг, тобто знущання, вчинене за допомогою засобів, пов'язаних з Інтернетом, за допомогою миттєвих повідомлень, соціальних мереж тощо. Кібербулінг пов'язаний з насильством, скоєним в Інтернеті у просоціальному середовищі, спричиняючи надзвичайну ситуацію в усьому світі. Бертолотті та Магнані пишуть, що кібербулінг походить від перетину біологічних, технологічних та моральних факторів, деякі кореняться в нашій еволюційній історії, тоді як інші з'явилися нещодавно. Перший фактор (еволюційний) – це плітки, інструмент соціального пізнання, який був обраний для соціальних зв'язків, а також для соціального дистанціювання, у складній взаємодії підгруп та підморалей – другий фактор. Третім чинником є самі соціальні мережі, що передбачають значну егалітарну структуру, яка спричиняє відмінності між різними шляхами спілкування та спілкування, що відбиваються людьми у різних підгрупах. Ці фактори можуть бути небезпечні, тому що відкривають кожному почуття (позитивні та негативні), оскільки сила пліток щодо соціального відбору проявляється знов [19].

При побудові особистої ідентичності в Інтернеті може виникнути напруга між довірою та конфіденційністю, легко сплутати між собою. Водночас, існує взаємозв'язок між довірою та конфіденційністю у їх конкуренції, тенденція до структурування умов та меж побудови онлайнвої ідентичності. Таким чином, питання полягає в тому, щоб зрозуміти теоретичну та практичну напруженість між довірою та конфіденційністю в Інтернеті. Ця конструкція не базується на самопрозорості (як для декартової теми) і не робить нас прозорими для інших, оскільки вимагає від нас формувати умови та обмеження, які ми відкриваємо іншим [19]. Відповідно,

фактори довіри та конфіденційності мають пов'язані, але виконують різні функції під час спілкування онлайн. Довірою може вважатися ширість при розмові з людиною по той бік екрану, але вона не означає розкриття приватної інформації, яка може зашкодити людині та її близьким. Тож, потрібно зберігати конфіденційність між співрозмовниками онлайн для безпеки приватного життя.

Отже, розглядаючи мораль у соціальних мережах, ми дійшли висновку, що прийняті у них норми моралі та етики тісно пов'язані з реальним життям. Таким чином, більшість того, що відбувається онлайн, має своє відображення і в офлайн. Користуючись вибором, який надає нам нові технології, ми також маємо вирішувати, який вплив цей вибір матиме на людину. Розглянувши проблему моралі ми виявили основні проблеми, такі як кібербулінг, конфіденційність, авторське право, довіру та власну ідентифікацію. Вирішення цих проблем у соціальних мережах має бути розглянуте з боку реального життя, тобто, застосовуючи певні правила моралі у реальному житті, ми повинні дотримуватись їх у соціальних мережах для можливості нормального спілкування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Glick P., Beninger A., Cuddy A. J. C. The dynamics of warmth and competence judgments, and their outcomes in organizations. *Research in Organizational Behavior*. 2011. Vol. 9, No. 1. P. 131–140.
2. Dingwall R. Professions and social order in a global society. *International Review of Sociology*. 2004. No. 6. P. 75–83.
3. Dingwall R., King M. D. Herbert Spencer and the Professions: Occupational Ecology Reconsidered. *Sociological Theory*. 1995. Vol. 13, No. 1. P. 14–24.
4. Халапсис А. В. Мораль: трансцендентна основа й історичні трансформації (метафізичний аспект). *Філософія, культура, життя. Спеціальний випуск*. 2008. No. 1. P. 47–53.
5. Маркхем А. *Лекція «Липкі селфі: мораль та афекти у візуальній самопрезентації»*. URL: <http://internetbeyond.net/2019>
6. Borgmann A. *Real American Ethics: Taking Responsibility for Our Country*. Chicago: University of Chicago, 2007.
7. Deris D. *Ethical Issues in Social Networking*. URL: <https://cariblogger.com/ethical-issues-in-social-networking>
8. Vallor S. *Social Networking and Ethics*. URL: <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-social-networking/#HisDefSocNetSer>

9. *Етнічні проблеми у соціальних мережах*. URL: <https://cariblogger.com/ethical-issues-in-social-networking>
10. Мюррей Д. *Як авторське право працює з соціальними мережами*. URL: <https://www.thebalancesmb.com/copyrights-and-social-media-issues-397821>
11. *Бюро реєстрації авторських прав США. «Групове оформлення фотографій»*. URL: <https://www.copyright.gov/rulemaking/group-photographs>
12. D'Angelo M. *How to Avoid Copyright Infringement in the Age of Social Media*. URL: <https://www.businessnewsdaily.com/4693-legal-image-usage.html>
13. Stokes P. Deletion as second death: The moral status of digital remains. *Ethics and Information Technology*. 2021. Vol. 17, No. 4. P. 1–12.
14. Сіновітц Р. *«Культура обурення» в інтернеті: жорсткий хлопець по той бік монітору*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29648115.html>
15. Grubbs J. B. *Moral grandstanding in public discourse: Status-seeking motives as a potential explanatory mechanism in predicting conflict*. URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0223749>
16. Халапсис А. В. *Дзеркало Кліо: Метафізичне осягнення історії*. Дніпро : Середняк, 2017.
17. Moor J. H. Why we need better ethics for emerging technologies. *Ethics and Information Technology*. 2005. No. 7. P. 111–119.
18. Dreyfus H. *On the Internet Second edition*. New York : Routledge, 2001.
19. Bertolotti T., Magnani, L. A philosophical and evolutionary approach to cyber-bullying: Social networks and the disruption of sub-moralities. *Ethics and Information Technology volume*. 2013. No. 15. P. 285–299.

REFERENCES

Cuddy, A. J., Glick, P., Beninger, A. (2011). The dynamics of warmth and competence judgments, and their outcomes in organizations. *Research in Organizational Behavior*, 31, 73-98. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.riob.2011.10.004>

- Dingwall, R. (2004). Professions and social order in a global society. *International Review of Sociology*, 9(1), 131-140. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/03906701.1999.9971302>
- Dingwall, R., King, M. D. (1995). Herbert Spencer and the Professions: Occupational Ecology Reconsidered. *Sociological Theory*, 13(1), 14. Retrieved from <https://doi.org/10.2307/202002>
- Halapsis, A. V. (2008). Morality: transcendental basis and historical transformations (metaphysical aspect). *Philosophy, Culture, Life. Special Issue, 1*, 47-53. [In Ukrainian].
- Markham, A. (2019). *Lecture "Sticky Selfies: Morality and Affects in Visual Self-Presentation"*. Retrieved from <http://internetbeyond.net/2019>. [In Ukrainian].
- Borgmann, A. (2007). *Real American Ethics: Taking Responsibility for Our Country*. Chicago: University Press.
- Deris, D. (2016). *Ethical Issues in Social Networking*. Retrieved from <https://cariblogger.com/ethical-issues-in-social-networking>
- Vallor, S. (2011). *Social Networking and Ethics*. Retrieved from <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-social-networking/#HisDefSocNetSer>
- Ethnic problems in social networks*. (2014). Retrieved from <https://cariblogger.com/ethical-issues-in-social-networking> [In Ukrainian].
- Murray, D. (2009). *How copyright works with social networks*. Retrieved from <https://www.thebalancesmb.com/copyrights-and-social-media-issues-397821>
- U.S. Copyright Office. "Group design of photos". (2017). Retrieved from <https://www.copyright.gov/rulemaking/group-photographs>
- D'Angelo, M. (2006). *How to Avoid Copyright Infringement in the Age of Social Media*. Retrieved from <https://www.businessnewsdaily.com/4693-legal-image-usage.html>
- Stokes, P. (2021). Deletion as second death: The moral status of digital remains. *Ethics and Information Technology*, 17(4), 1-12.
- Sinovitz, R. (2022). "Culture of indignation" on the Internet: a tough guy on the other side of the monitor. Retrieved from <https://www.radiosvoboda.org/a/29648115.html>

Grubbs, J. B. (2019). *Moral grandstanding in public discourse: Status-seeking motives as a potential explanatory mechanism in predicting conflict*. Retrieved from <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0223749>

Halapsis, A. V. (2017). *Mirror Clío: Metaphysical comprehension of history*. Dnipro: Serednyak.

Moor, J. H. (2005). Why we need better ethics for emerging technologies. *Ethics and Information Technology*, 7, 111-119.

Dreyfus, H. (2001). *On the Internet Second edition*. New-York: Routledge.

Bertolotti, T., Magnani, L. (2013). A philosophical and evolutionary approach to cyber-bullying: Social networks and the disruption of sub-moralities. *Ethics and Information Technology*, 15, 285-299.

Anastasiia Oleinyk

Department of Philosophy and Political Science, National Metallurgical Academy of Ukraine; Dnipro, Ukraine; e-mail: oleinyk8386-1@sci-uni.uk; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4052-440X>

Issues of Ethics and Morality in Social Networks

Abstract

Today's information and digital age offers widespread use of social networks. Their use is widespread and affects all age groups, social classes and cultures. However, the wider use of these media outlets is accompanied by privacy and ethical issues. Based on this, the purpose of this article is to analyze current ethical and moral issues that have arisen in social networks. Thus, the object of study are the problems of ethics and morality in social networks. Philosophical and general scientific methods were used to achieve the goal. Among the general scientific methods of theoretical (analysis, generalization, classification and synthesis) and empirical (description and comparison) levels should be distinguished. Also, the bibliosemantic method was used to generalize the analysis of literature and own experimental data. As the main results, it should be noted that social networks have become an integral part of almost everyone's life. Social networks have many features. Of course, the initial function lies in the communication of users, but, as we see, social

networks have become an excellent space for human self-identification. After all, in this virtual space a person constructs himself as he would like to see himself, often publishes what he lacks in real life. But with the advent of social media, the world has faced ethical and moral challenges in the digital environment as well. First of all, it is a question of confidentiality, trust and copyright. In addition, with the departure of a person into the virtual world, many people become victims of cyberbullying. All these concepts and processes have been discussed in detail in this paper. The article is of practical value in a number of areas, including political, social, pedagogical, educational, criminal and criminal justice.

Keywords: *copyright in social networks, self-identification, confidentiality, trust, cyberbullying.*