

СЕКЦІЯ ГУМАНІТАРНИХ ТА СОЦІАЛЬНИХ НАУК

Науковий керівник – д.політ.н., проф. Я. Б. Турчин

А. Заскальна

Науковий керівник – к. і. н. Мина Ж. В.

БЕЗПЕКА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ – ЕТИКА ПОВЕДІНКИ В ІНТЕРНЕТІ

Соціальне життя, соціальні мережі та віртуальне спілкування все більше поглинають людство. Сьогодні простіше та швидше привітати друзів з Днем народження через Facebook, аніж особисто, при зустрічі. В чому ж сутність етики поведінки в Інтернеті і що треба знати про безпеку в соціальних мережах? Спробуємо коротко розібратись, адже це надзвичайно актуальні проблеми у нас час.

Спілкування на платформах Інтернету повинно сприяти особистісному зростанню людини, а не пригнічувати її чи створювати дисконформит через некоректність дописувачів чи дописів. Для цього необхідно дотримуватися загальноприйнятих етичних вимог та правил мережевого етикету.

Саме через популярність та проникнення в наше життя, зловмисники все більше й більше звертають увагу на те, як і про що ми спілкуємося в соцмережах. Ми хочемо ділитися зі своїми друзями новинами про нову покупку, про майбутню відпустку з усією сім'єю, про отриману премію. Але якщо хтось просто порадіє за вас (або позаздрить), то хтось може задуматися зовсім про інше: «Ага! Тут є чим поживитися!». Нижче наведемо кілька правил і простих порад, які допоможуть уникнути атак на вашу віртуальну особистість [2,3].

1. Вибір соціальної мережі. При реєстрації соціальної сторінки дуже уважно читати її політику конфіденційності, а не просто ставити галочку «я згоден (на)». Майже вся віртуальна мережа збирає ваші персональні дані. Основна мета збирання таких даних – розширення аудиторії соцмережі й пропозиція таргетованої реклами своїм користувачам[2].

2. Я є тим, що я пишу. Коли незнайома людина дивиться ваш профіль, у неї складається враження про вас з огляду не на те, що є насправді, а на те, що ви захотіли показати. А побачити ваш профіль може будь-хто. Навіть так: ХТОСЬ! [2].

3. Сміттєвий бак не працює. Якщо ви захочете видалити свою сторінку або інформацію з неї, то це у вас навряд чи вийде. Соціальні мережі не зацікавлені в тому, щоб ви їх покинули, й максимально ускладняють процес видалення акаунта[2].

4. Дотримуйтеся стандартів поведінки. Інтернет створює відчуття анонімності, тому користувачі помилково вважають, що не можна буде вирахувати хто саме є користувачем ПК. Необхідно дотримуватися етики спілкування, а також залишатися в рамках закону, як в реальному, так і у віртуальному просторі. У деяких групах взаємоповага і етика навмисне ігноруються. Тому й виглядають вони як смітник. (Див. рис. 1.) [3]



Рис. 1. «Деякі» користувачі соцмереж

Отже, потрібно не піддавати себе ризикам в Інтернеті, виховувати культуру безпечного користування Інтернетом серед дітей, створювати територію безпечного Інтернету. Потрібно, дотримуватися віртуальної гігієни та елементарних правил етикету. Соціальне життя надзвичайно актуальне, нині, але його можна зробити відповідним реальному – скептично відноситися до соціальних мереж та завжди думати перед певною дією, яку бачимуть інші користувачі.

Використана література:

1. *Етика спілкування в інтернеті. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://наука-online.org/content/etyka-spilkuvannya-interneti> / (Дата звернення 13.10.2018) – Назва з екрана.0*

2. Як уникнути атак на вашу віртуальну особистість – у порадах експертів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ms.detector.media/ethics/standards/bezpeka_v_sotsialnikh_merezhakh_etika_povedinki_v_interneti/ (Дата звернення 13.10.2018) – Назва з екрана.

3. Правила спілкування в Інтернеті. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://e-ethics-ua.blogspot.com/2014/05/blog-post_1664.html (Дата звернення 13.10.2018) – Назва з екрана.

М. Концур

Науковий керівник – к.і.н. Вовк Н. С.

ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МІСЦЕВИХ ФОТОСТУДІЙ

Становище реклами місцевих фотостудій на сьогоднішній день є на низькому рівні. Для місцевих фотостудій є важливим інформування та залучення потенційних клієнтів. Рекламна кампанія регіональних фотостудій повинна бути спрямована, в першу чергу, на місцевого споживача. Для того, щоб клієнтська база не лише залишалась сталою, а ще й розширювалась, потрібно застосовувати нові та ефективні засоби просування фотостудії та її реклами. Одним із таких методів є створення рекламно-поліграфічної продукції [1]. Якісна поліграфія – носить як інформативний, так і рекламний характер. Це перевірений часом спосіб, який допомагає фотостудії донести інформацію про товар або послугу до споживача. Він має багато переваг над іншими популярними методами та не вимагає великої кількості затрат коштів та часу на її виготовлення [3]. Поширення рекламної продукції може відбуватись особисто з рук в руки при великих скупченнях людей у місцевості, де розташована фотостудія. Це буде залежати від виду запланованої акції та цілей [2].

Такий спосіб поширення сприяє прагненню організації якнайшвидше і точніше досягнути результату – донесення інформації про товари та послуги фотостудії до потенційних споживачів.

Таким чином, в результаті розповсюдження інформації про фотостудію, зростає попит на її послуги і сам прибуток, що є головною ціллю організації.