

4. School Herald. Искусственный интеллект и искусство: разбирается. 2019. URL: <https://school-herald.ru/ru/article/view?id=1453> (дата обращения: 09.04.25)

Фотография в цифровом пространстве: угроза потери контроля над изображением

Апанасович А., Алейников А., Струтинская Н.В.

С ростом и расширением практики использования изображений возникают проблемы недобросовестного использования фотоизображений. Это может быть нарушение авторских прав, или нарушение неприкосновенности личной жизни.

Художественное заимствование идеи является одним из способов обучения и повышения мастерства в области искусства, дизайна. Оно может быть источником вдохновения для фотографов, а также способствовать развитию собственных творческих и профессиональных навыков.

Таким образом развивается вся сфера искусства и культуры. С юридической точки зрения, заимствование не попадает под действие авторского права. Объектом авторского права в юридической практике является не идея, а ее конкретное воплощение, объективно выраженное в фотографии, тексте, скульптуре, научной статье и т.д. Авторское право вступает в силу с момента написания или создания данного конкретного воплощения, даже если оно не было опубликовано или представлено широкой общественности.

Использование (полное или частичное) фотоработы, картины или текста автора без его разрешения считается плагиатом, нарушением авторских прав. Несмотря на сформированные критерии проблема разграничения плагиата и заимствования сохраняется.

Вместе с развитием цифровой технологии и социальных медиа фотографии, многие частные снимки, приобрели новую жизнь и стали подвержены распространению и использованию без согласия их владельцев.

Появился ряд этических и правовых вопросов, связанных с конфиденциальностью и приватностью. Частные фотографии, размещённые в социальных сетях, могут быть сохранены или загружены другими пользователями без согласия владельца. (использоваться в нежелательных контекстах или распространятся без разрешения). Важно, чтобы пользователи осознавали риски и принимали меры для защиты своих фотографий: настройка ограничений приватности и осведомлённость о настройках доступа к своим изображениям. В цифровом пространстве личные фотографии могут быть инструментом мошенничества. Например, личные фотографии были использованы при создании фальшивых аккаунтов для «продажи iPhone», с отзывами якобы реальных людей [1]. Регулярно в масс-медиа появляются сообщения, о новых способах мошенничества, когда мошенники получают доступ к личным аккаунтам и используют их, или личные фото-, видеосообщения в преступных целях.

На первый взгляд кажется, что происходящее в цифровом пространстве не влияет на реальную жизнь, что является ошибочным. Неконтролируемое распространение личных фотографий может нанести ущерб репутации, личным отношениям и даже профессиональной карьере.

Распространившаяся практика использования фото и видео в сети требует появления и создания соответствующих норм и правил использования подобного контента. Особенно четкие правила требуются в области публичного использования личных изображений. Современная культура, являющаяся по своей сути визуальной, сделала подобный контент (визуальный) фактически нормой, освещение различных событий и мероприятий сопровождается фото- и видео-съёмкой, полученные записи впоследствии размещаются в сети.

Имеются запреты на размещение индивидуальных изображений без разрешения снимаемого. Но в условиях развивающейся цифровой культуры вырезать отдельное изображение из окружения других не составляет сложностей. Поэтому практика, нормы использования изображений в публичном пространстве, в сети все еще формируются.

Список использованных источников

1. Фролова, М. Дешевый прием: мошенники придумали новую схему обмана россиян при покупке iPhone [Электронный ресурс] / М. Фролова. – URL :<https://iz.ru/1477346/mariia-frolova/deshevyy-priem-moshenniki-pridumali-novuiu-skhemu-obmana-rossiiian-pri-pokupke-iphone> (дата доступа: 11.09.2024).

Перепродажа одежды (ресейл) в условиях устойчивого развития

Врублевская В., Струтинская Н.В.

Последние десятилетия индустрия моды потерпела значительные изменения, став не только важной частью экономики, но и мощным социальным и культурным феноменом. Потребление модной одежды достигло высокого уровня, чему способствовало развитие фаст-фэшн – быстрого производства и обновления коллекций. Однако рост доступности одежды породил ряд новых вызовов, среди которых особое внимание привлекает проблема перепродажи одежды. Перепродажа, или так называемый ресейл, представляет собой процесс, при котором одежда перепродается от одного потребителя к другому, зачастую через специализированные платформы или неформальные каналы.

Первоначально этот процесс был воспринят как экологическое и экономическое решение, позволяющее продлить жизненный цикл одежды и снизить объем текстильных отходов. Однако с развитием коммерческих платформ перепродажа превратилась в сложный и неоднозначный феномен, затрагивающий как экологические, так и социальные аспекты.

С одной стороны, рынок перепродажи способствует развитию устойчивой моды, снижая спрос на новое производство одежды и минимизируя негативное воздействие на окружающую среду. С другой стороны, он породил новую форму потребительства, которая далеко не всегда соответствует идеям устойчивости. Коммерциализация перепродажи, рост цен на популярные бренды и увеличение спекуляций сделали этот рынок менее доступным для