

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-24>

УДК 33.338.2:004.9

DIGITAL ETIQUETTE AND COMMUNICATION: TRENDS AND DEMANDS OF THE PRESENT

Андрійченко Жанна Олегівна

кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2061-0036>

Близнюк Тетяна Павлівна

доктор економічних наук, професор,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8291-4150>

Майстренко Ольга Валентинівна

кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8007-3191>

Andriichenko Zhanna, Blyznyuk Tetyana, Maistrenko Olga
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economic

У статті досліджується digital етикет і комунікації, їх розвиток та тенденції в сучасних умовах. У статті аналізуються специфіка та функції digital етикету і як виду поведінкової культури у віртуальному середовищі, і як одного із способів набуття індивідуальної свободи самовираження з урахуванням інтересів іншої людини. Показано роль та значення етикету як історично сформованого нормативно-етичного регулятора соціальних відносин у становленні та розвитку мережевого суспільства. Визначені та розглянуті принципи та правила використання digital етикет за потреб покоління Z, яке визначило персональну свободу як головну цінність свого буття у соціумі. Досліджено, що digital етика або інформаційна етика в найширшому сенсі стосується впливу цифрових інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) на суспільство та навколишнє середовище загалом.

Ключові слова: digital етикет, комунікації, мережевий етикет, цифрова культура, нетикет.

В статье исследуется digital этикет и коммуникации, их развитие и тенденции в современных условиях. В статье анализируются специфика и функции digital этикета и как вида поведенческой культуры в виртуальной среде, и как один из способов обретения индивидуальной свободы самовыражения на основе интересов другого. Показана роль и значение этикета как исторически сложившегося нормативно-нравственного регулятора социальных отношений в становлении и развитии сетевого общества. Определены и рассмотрены принципы и правила использования digital этикета при потребности поколения Z, которое определило персональную свободу как главную ценность своего бытия в социуме. Исследовано, что digital этика или информационная этика в широком смысле касается влияния цифровых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на общество и окружающую среду в целом.

Ключевые слова: digital этикет, коммуникации, сетевой этикет, цифровая культура, нетикет.

Digital etiquette is a new type of etiquette that defines the rules of behavioral culture in the digital environment of the Internet. Digital etiquette is not just a new kind of communication interaction; it is one of the new socio-cultural phenomena of digital civilization and modern convergent knowledge of theoretical and applied nature, which is formed as the junction of humanitarian and technical knowledge. The definition of etiquette both as a phenomenon and as a concept is based on the analysis presented in the article. Essential features and distinctive characteristics of digital etiquette are identified. They are including value settings that are determined by the properties of the Third Generation Network (such as digital and physical interaction, actualization of the reputational component of behavioral culture on the Internet, personalization of branding, etc.), which generally indicated the interdisciplinary nature of the new etiquette and the general trend of its development as a digital humanities knowledge. The role and sig-

nificance of etiquette as a historically established normative and ethical regulator of social relations in the formation and development of a network society are shown. The article examines digital etiquette and communication and its development, trends in modern conditions. The article analyzes the specifics and functions of digital etiquette both as a type of behavioral culture in a virtual environment, and as one of the ways to acquire individual freedom of expression, taking into account the interests of the others. The role and significance of etiquette as a historically formed normative and ethical regulator of social relations in the formation and development of a network society are shown. The principles and rules of using digital etiquette for the needs of Generation Z have been defined and considered, which has defined personal freedom as the main value of one's existence in society. It has been studied that digital ethics or information ethics in the broadest sense refers to the impact of digital information and communication technologies (ICT) on society and the environment in general.

Keywords: digital etiquette, communications, network etiquette, digital culture, netiquette.

Постановка проблеми. Етикет, зокрема, мережевий етикет ґрунтується на встановлених стандартах спілкування та обміну інформацією в науковому середовищі. З розвитком технологій та комунікації в Інтернеті зростає кількість користувачів, які не мають відношення до державних та наукових споживачів, тобто використовують Інтернет не лише для пошуку інформації, а й для задоволення своїх інтересів та особистих потреб, амбіції. Поступово Інтернет із спільноти чистих інформаційних мереж стає одним із видів розваг, але залишається основним джерелом інформації. З розвитком міжнародної системи «електронних» грошей багато компаній розробили та впровадили концепцію продажу товарів через Інтернет. Тепер клієнти можуть переглядати та замовляти товари, не виходячи з дому. Аналогічно, доступність електронної пошти дозволила користувачам оцінити її переваги перед традиційними типами електронної пошти. Надісланий лист може дістатися на інший край земної кулі за годину. Стає зрозумілим, що необхідні більш детальні дослідження норм, основ, аспектів та практичних елементів цифрового етикету. Ось чому у темі цифрової культури особливе місце займають такі важливі елементи, як цифровий етикет. У багатьох формах нормативного формування реального життя суспільства етикет завжди був нормативно-етичною системою історично сформованого і стійкого характеру, яка певним чином конструє різноманітні форми комунікаційної поведінки членів і як культурне явище. Але перш за все, він дуже відрізняється від свого попередника, оскільки в ньому задіяно нове покоління, покоління Z, представники якого народжуються і живуть у цифровому світі. Цифровий технологічний детермінізм, який змінив масштаби сучасного суспільства, особливо нового покоління цінностей, на тлі надмірної інформації призвів до девальвації ціннісних орієнтирів, які завжди визначали основний напрямок розвитку. Тому навчання цифровому етикету є одним із найважливіших елементів процесу формування

як особистісного, так і професійного зростання представників молодого покоління, як у навчанні, так і в освіті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведений у статті аналіз цифрового етикету насамперед базується на спеціальній літературі, яка прямо чи опосередковано присвячена етикету, цифровому етикету та комунікаціям. Теоретично-методичні основи тенденцій сучасного цифрового етикету а також про сучасні наукові дослідження з цифрової комунікації розкрито у роботах вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як Р. Г. Апрусян [1], М. І. Козьякової [3], М. А. Кузьменкова [4], Л. С. Лихачової [5], О. Лукінова [6; 7], А. Елькін, М. Пащенко [14].

Постановка завдання: метою статті є обґрунтування теоретико-методичних засад цифрового етикету та комунікацій з урахуванням сучасних тенденцій і покоління.

Виклад основного матеріалу. Нетикет або netiquette – це слово, що походить від злиття англійського слова «network» (мережа) і французького «etiquette» (етикетка) [14]. Мережний етикет [11] був формалізований на ранніх етапах розвитку всесвітньої павутини (Web 1.0) правилами функціонування мережі та використання електронних комунікацій. Однією з характеристик Netiket є відсутність немовних компонентів. Це пояснюється тим, що при спілкуванні через мережу втрачається можливість невербального спілкування і все інформаційне навантаження повністю лягає на текст. Компенсаторну функцію емоційних станів у мережевому спілкуванні почали виконувати символічні піктограми, що виражають емоції буквами, цифрами та розділовими знаками в алфавіті. Частково символічні піктограми вирішують проблему невербальних взаємодій у мережевих середовищах, але це знімає взаємну відповідальність партнерів по спілкуванню за встановлення ефективних взаємодій у віртуальній реальності [14].

З розвитком Web 2.0 Netiquette набуває нових якісних функцій із появою веб-деталей та функцій другого покоління, особливо у світі

блогів. Але загалом, навіть якщо його доповнити Кодексом поведінки Blogger [2] онлайн-етикет нульового року все ще розглядається експертами як набір конкретних правил поведінки в Інтернеті. У зв'язку з цим цей кодекс також відомий як Netiquette 2.0, а також Кодекс моральної поведінки блогерів [11].

Цифровий етикет – це новий тип етикету, що визначає правила культури спілкування щодо реальності нової інформації. Цифрова етика – це область дослідження, яка вивчає, як технології формуються та формують політичну, соціальну та моральну присутність людей [9]. Цифрова етика або інформаційна етика в найширшому сенсі стосується впливу цифрових інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) на суспільство та навколишнє середовище загалом [3]. Функціонально нові мітки відображають сутність етикетної комунікації у просторі віртуального існування в сучасному мережевому суспільстві на етапі становлення та розвитку Web 3.0, глобальної мережі третього покоління. Визначаючи основні характеристики етикету у віртуальних середовищах, які працюють на основі нових передових ІКТ, цифровий

етикет робить усі форми етикетного спілкування (письмове, дійове та мовленнєве, і загалом це новим. Більш широке та ширше поняття, ніж етикет онлайн, оскільки до природи Інтернету, особливо до однієї з якісно нових функцій Web 3.0, таких як ні Web 1.0, ні Web 2.0. Web 3.0 – це взаємодія між Інтернетом і реальним світом. Ця взаємодія зараз визначається як взаємодія офлайн/онлайн або віртуальна взаємодія. Нові типи взаємодій працюють одночасно в реальному і віртуальному світі, але, як стверджують експерти, основна ідея полягає в тому, щоб використовувати владу в двох вимірах і використовувати їх на благо як окремих людей, так і сучасного суспільства [10].

Тобто, цифрова етика – це стандарти та норми, розроблені для забезпечення незалежності та гідності користувачів Інтернету. У той час як традиційна етика відноситься до стосунків між людьми, а бізнес-етика стосується відносин між бізнесом і клієнтом, цифрова етика змішує їх, і застосовується до пов'язаних двоє (або більше) сторін та взаємодіють у мережі. В табл. 1 показані види та характеристики цифрової етики.

Таблиця 1

Основні види та характеристика цифрової етики

Види	Характеристика	Моральні зобов'язання
Персональна (особиста)	окремі користувачі поважають право один одного на самовизначення в Інтернеті. Що робить їх унікальними в порівнянні з типовою етикою, яка визначає міжособистісну поведінку, так це те, що, враховуючи природу мережевої інфраструктури, спілкування зазвичай є особистим інтересом або третьою стороною. Це означає посередництво. Наприклад, у реальному світі місце мало впливає на те, як ставляться до інших (будь то державна чи приватна власність), очікування ввічливості, по суті, ті самі. А ось, керувати кимось за допомогою електронної пошти чи Facebook – це велика зміна у зобов'язаннях	потрібно діяти таким чином, щоб інші користувачі мали можливість вибору їхньої конфіденційності та безпеки
Корпоративна	в основному він зосереджений на пошуку онлайн-платформ, таких як соціальні мережі, які збирають конфіденційну інформацію про користувачів. Ця колекція часто потрібна платформам для надання досвіду роботи з продуктом, але немає єдиних очікувань щодо того, що можна чи потрібно робити з цією інформацією. Компанії, як правило, вважають, що продавати дані користувача «партнеру» можна з будь-якої причини, навіть якщо угода користувача є конфіденційною, якщо вони дозволяють продавати дані користувача. Коли прихильники конфіденційності не погоджуються з цим, компанії зазвичай змушені якимось чином отримувати дохід, щоб надавати послуги безкоштовно, і користувачі повинні знати, що краще не очікувати чогось безкоштовно	коли йдеться про цифрову етику компаній, користувач зобов'язаний не завдавати шкоди іншим, але він не повинен завдавати шкоди супутнім послугам. Перше, що вам потрібно знати, розглядаючи онлайн-платформу, це те, як вона заробляє гроші. По-друге, якщо компанія збирає (і, ймовірно, це робить) особисту інформацію, чи довіряєте ви цій компанії.

Джерело: складено авторами на підставі досліджень [6; 8]

Все вищесказане варто розглянути з усіх боків, щоб допомогти розробити ці концепції та конкретні кроки, які можна зробити, щоб фактично практикувати цифрову етику. Таким чином, цифрова етика визначає, як вони поведуться в Інтернеті, як вони відповідально здійснюють покупки в Інтернеті та як вони звертаються з користувачами.

Тема цифрового етикету є дуже затребуваною для більшості людей, які спілкуються з іншими через інтернет-простір. Можливо, частина цього матеріалу здасться очевидним – це означає дотримуватися етикету, в тому числі цифрового етикету, і дотримуватися певних стандартів поведінки в Інтернеті. Але все ж тут ви знайдете інформацію, до якої варто звернутися. Для цього розглянемо принципи цифрового етикету (рис. 1).

Цифровий етикет, якому лише 26 років, змінюється прямо на очах. Це не обов'язково, якщо ви раніше вказували на занепокоєння людини, оскільки раніше повідомили нам, що ми надішлемо лист електронною поштою по телефону. Сповідання про нові листи зазвичай надходять до всіх на одному смартфоні.

Вам більше не потрібно прощатися з кожним контактом у чаті. Ми завжди онлайн, що спрощує спілкування. Навіть сьогодні не обов'язково вітати з Новим роком чи будь-яким іншим святом у всій телефонній книзі. Ми потопаємо в потоці інформації, тож нам залишається лише відправити привітання тим, кому не хочеться написати ще одне унікальне привітання, а не просто листівку, завантажену з однієї сторінки до всіх.

У деяких статтях [3; 5; 8; 12] психологи та експерти з цифрових комунікацій пишуть, що люди не повинні завалявати робочі чати чи надсилати відео, меми чи стікери. Під кінець режиму самокарантинного режиму цей принцип перестав працювати. Гарною ідеєю буде надсилати жарти та емодзі безпосередньо в чат, оскільки позитивний настрій нікому не зашкодить, навіть якщо вам не вистачає спілкування. Те ж саме стосується, наприклад, платформи Zoom. Під час zoom-наради люди відчувають сильний стрес. Спочатку вони дивляться на себе на екрані. По-друге, ми завжди думаємо про те, як ми виглядаємо, коли спілкуємося з іншими за допомогою відеодзвінків. По-третє, існують затримки у відеозустрічах, через які люди можуть здаватися перевантаженими без негайної реакції. Тому психологи почали говорити, що не всі зустрічі мають бути відео. Це правило було змінено під час пандемії.

У різних суспільствах і соціальних групах ярлики розміщуються по-різному. Наприклад,

школярі надсилають один одному голосові повідомлення та наклейки. Або, наприклад, у японському бізнес-середовищі люди надсилають величезні електронні листи. Це для того, щоб вибачитися за те, що перервав співрозмовника в першій половині електронного листа, і попросити на деякий час. У нашому випадку все навпаки. Чим лаконічнішим буде лист, тим більш поважним буде співрозмовник. Все коротко і має сенс. Тому пам'ятайте, що кожного разу, коли ви спілкуєтеся з колегами, студентами, друзями чи керівництвом, спілкування відрізняється. Тому для цього існують певні правила цифрового етикету, які зображено в табл. 2.

Актуальність володіння цифровим етикетом частково пояснюється тим, що цифрова ера визнає важливість елементів репутації поведінкової культури в Інтернеті. При цьому мова йде про особисту репутацію та трансляцію у вигляді електронної версії цієї репутації, а також про повсякденну практику – оскільки така інформація публікується і публікується сьогодні, інтернет-профіль для кожної теми. Зокрема, Дон Тепскотт сказав, що якщо репутація людини в матеріальному світі обмежена локально, тобто певна кількість людей про неї (місцевих роботодавців, продавця, магазин, його друзі), а в цифровій економіці репутація всіх електронних людей змінилася, і це зробило кожного цифровим, незалежно від того, де вони живуть. Можна займатися економікою. Надійна репутація [15, с. 22]. Сьогодні проблеми репутації та етичної поведінки компаній, окремих осіб та організацій оцінюються експертами як фактори економічного порядку, а також такі фактори, як праця, капітал і технології [15, с. 89]. Тому тема репутації, персонального брендингу та побудови бренду є окремою темою, а одним із ключових напрямків у цьому предметі є знання та навички цифрового етикету.

Висновки. Комунікація цифрового етикету містить важливі сфери розвитку, такі як взаємодія користувача з гаджетами, включення інтернет-технологій у практику в повсякденному житті та бізнес-середовищі. В іншому випадку це взаємодія офлайн / онлайн або фізична взаємодія. Цей процес є основою для такої взаємодії, неминуче прислухаючись до думок користувачів, з точки зору професіоналів як гуманітарних, так і технічних знань, її формалізації. Є нагальна потреба розробити типові рекомендації щодо етикету. Таким чином, специфіка цифрового етикету обумовлена його подвійною природою, оскільки в умовах нових цифрових реалій він реалізує не тільки сутнісні характеристики етикетної кому-

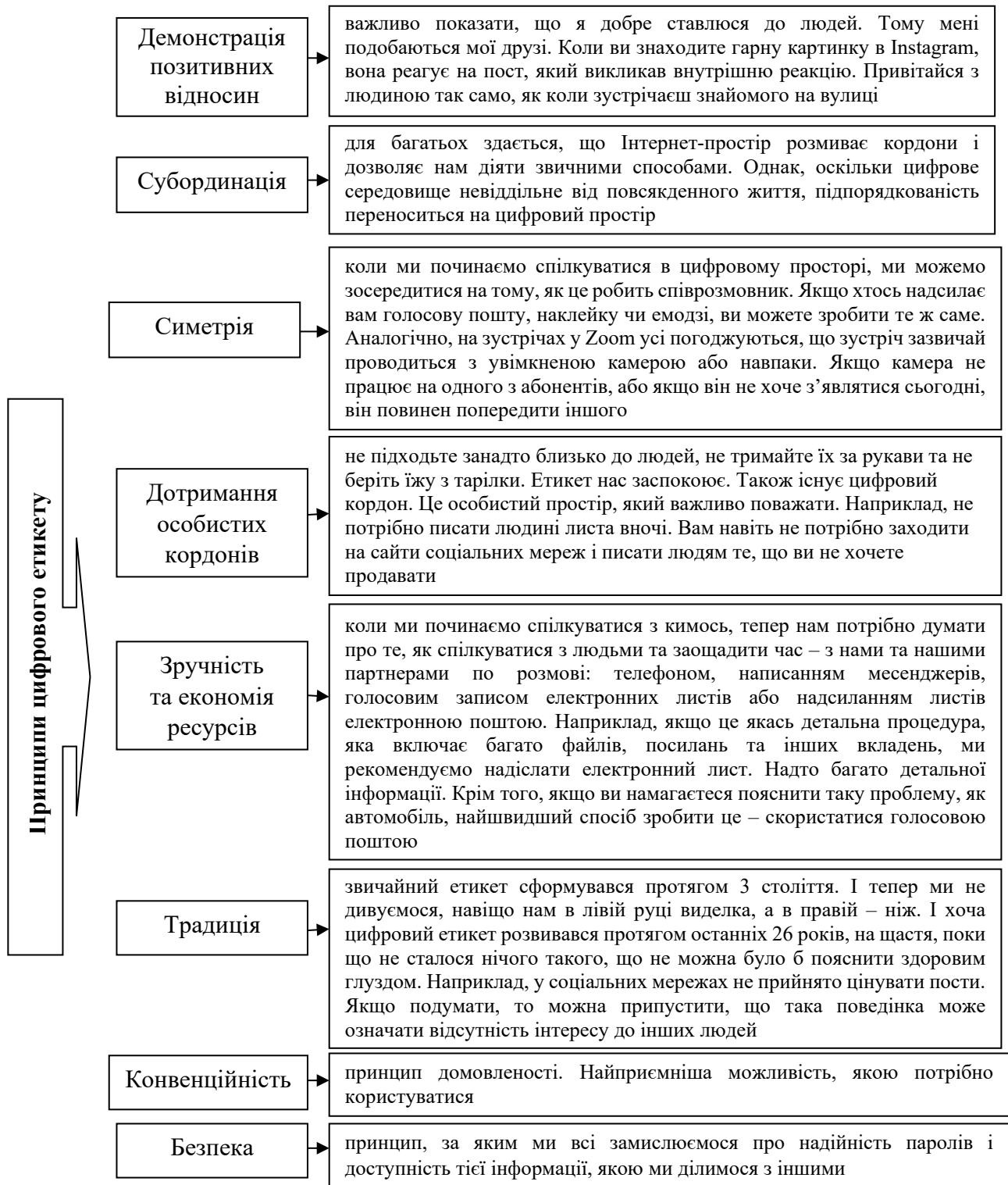


Рис. 1. Принципи використання цифрового етикету

Джерело: складено авторами на підставі досліджень [7; 8]

нікації у цифровому середовищі, а й специфіку нових та новітніх ІКТ, на основі яких він функціонує. У цифровому етикеті цінність Іншого/Інших не втрачає свого значення ні в рамках безпосередньої взаємодії в мережі, ні в рамках Phygital-взаємодії, але має як прямий, так

і опосередкований характер, зумовлений знаннями та вміннями користувачів взаємодіяти з новими ІКТ, а це означає, що у час дуже гостро стоїть питання формування правил цифрового етикету як нового виду етикетної комунікації за умов віртуального середовища.

Таблиця 2

Правила цифрового етикету

Види	Правила
1	2
При використанні гаджетів	<ol style="list-style-type: none"> Зведіть до мінімуму пряме використання смартфона або планшета. Цьому можуть дізнатися люди, які займаються продажами. Людина, яка зараз контактує, важливіша за людину, яка може зараз зателефонувати чи написати листа. Будь ласка, дотримуйтесь заходів безпеки. Дізнайтеся про правила встановлення надійного пароля та налаштування двофакторної автентифікації. Не заважайте іншим (звуки, вібрації, світло). Відповідно до стандартів ділового етикету, рингтон на телефоні повинен бути нейтральним. Якщо можливо, це рингтон, який за замовчуванням встановлено на вашому смартфоні. Проте, звичайно, добре вимикати телефон, коли ви на роботі. Ми також рекомендуємо вимикати вібрацію, коли ви приходите в театр. Він звучить не гірше, ніж великий годинник, коли він абсолютно безшумний. У кінотеатрах завжди тримайте яскравість екрана на мінімумі.
Листування електронною поштою	<ol style="list-style-type: none"> Намагайтеся мінімізувати і скоротити текст листа. Дотримуйтесь простих принципів. Лист має містити більше інформації, ніж необхідно. Не включайте у свою електронну пошту псевдоніми, псевдоніми, нецензурні та образливі слова. Ми не рекомендуємо додавати дату народження до своєї електронної адреси. Кожна літера має містити тему. Якщо ви хочете знайти цей лист за тиждень, місяць чи рік, тема теми дуже корисна. Тема листа повинна бути в першу чергу інформативною. Не плутайте кнопку «Відповісти» з кнопкою «Відповісти всім». Підпишіть переданий файл правильно. Наприклад, якщо це заявка на відпустку, назвіть файл «Запит на відпустку Шевченко М.І.». Обов'язково вкажіть назву, щоб ваша програма не виглядала безособовою в загальному документообігу. Унікайте занадто великої кількості знаків пунктуації та надмірного форматування, щоб не зіпсувати рахунок. Прочитайте лист перед відправкою. Цифровий етикет виявив, що людей найбільше дратують помилки в повідомленнях і листах. Якщо якісь слова були виправлені Т9, перевірте орфографічні помилки. Пишіть знизу вгору. Спочатку прикріпіть файл, введіть текст самого листа, а потім введіть ім'я відправника в поле адреси. Не пишіть на емоціях. Написане не зникає, а виправити результат емоційних речень набагато складніше, ніж вимовлені слова. Пам'ятайте, що всі листи можуть бути власністю громадськості. Можливо, серія листів, у якій ви брали участь, буде переслана комусь іншому або буде створено екран. Завжди розмовляйте з людиною так, як вона представляється. Якщо він представляється Дімою, не називайте його гуртожитком.
Використання меседжерів	<ol style="list-style-type: none"> Помовчіть деякий час. Домовтеся з колегою, коли зможете написати йому ввечері. Не пишіть до 9.00 і після 22.00 без спеціальної домовленості з цією особою. Мінімізуйте повідомлення без інформації. Не задавайте зайвих питань, просто перейдіть до справи. Надсилайте смайли, GIF-файли та наклейки, лише якщо ви впевнені, що ви і ваш співрозмовник розумієте те саме. Відправляйте голосові повідомлення тільки за домовленістю з партнером по дзвінку. Запам'ятайте згаданий вище принцип симетрії. Ви можете перевірити, чи ваш партнер по дзвінку в порядку. Встановіть правила групового спілкування. Адміністратору важливо стежити за порядком у чаті.
Позиціонування в соцмережах	<ol style="list-style-type: none"> Пам'ятайте, що інформацію не можна приховати. Не публікуйте матеріали (фотографії, фотографії, тексти), які наражають вас на небезпеку. Вся інформація може бути використана проти нас. Розділіть приватне і державне. Прочитайте про пост очима інших. Це корисна вправа, яка допоможе вам відфільтрувати вміст перед його публікацією. Перше враження настільки ж важливе, як і цифровий слід. Щоб створити перше враження про людину в реальному житті, потрібно півтори секунди, а в соціальних мережах – сім секунд. Уважно перевіряйте, кого ви додаєте в друзі, картинки, які позначені, перевіряйте групи, в яких берете участь, і запишіть всю інформацію про себе. Перевірка фактів. Перевірте опублікований вміст.

Джерело: складено авторами на підставі досліджень [6; 7]

СПИСОК ВИКОРИСТОВАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Апресян Р. Г. Этикет : энциклопедический словарь. Этика / под ред. Р. Г. Апресян, А. А. Гусейнова. Москва : Гардарики, 2001. 329 с.
2. Володин А. Ю. Digital Humanities (Цифровые гуманитарные науки): в поисках самоопределения. *Вестн. Пермского ун-та. Сер. История*. 2014. № 3(26). С. 5–12.
3. Козьякова М. И. Этикет как феномен культуры. *Культура культуры*. 2016. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etiket-kak-fenomen-kultury/viewer>
4. Кузьменкова М. А. Phygital-технологии – инновация в мире коммуникаций. *Медиаскоп*. 2014. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/1570>
5. Лихачева Л. С. Этикет как культурная универсалия. *Фундаментальные проблемы культурологии* : сб. ст. по материалам конгресса. Т. 6. Культурное наследие: от прошлого к будущему. Москва : Новый хронограф : Эйдос, 2009. С. 146–156.
6. Лукинова О. Как не бесить друг друга в Интернете. URL: <https://snob.ru/entry/150669>
7. Лукинова О. Цифровой этикет: как правильно общаться в сети? URL: <https://rosuchebnik.ru/material/tsifrovoy-etiket-kak-pravilno-obshchatsya-v-internete/>
8. Мамина Р. И. Деловой этикет в системе имиджа: философско-культурологический анализ. СПб. : Петрополис, 2012. 278 с.
9. Можяева Г. В. Digital humanities: цифровой поворот в гуманитарных науках. *Гуманитарная информатика*. 2015. № 9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/digital-humanities-tsifrovoy-povorot-v-gumanitarnykh-naukah>
10. Стиллман Д., Стиллман Дж. Поколение Z на работе. Как его понять и найти с ним общий язык / пер. с нем. Ю. Кондукова. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2018. 189 с.
11. Террас М. Цифровые гуманитарные науки: хрестоматия / под ред. М. Террас, Д. Найхан, Э. Ванхутта, И. Кижнер. Красноярск : Изд-во СФУ, 2017. 212 с.
12. Horizon R. The EU Framework Programme for Research and Innovation. URL: <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/area/ict-research-innovation>
13. Van Dijk J. The Network Society. Social Aspects of New Media. L. : Sage Publications, 2006. 142 p.
14. Элькин А., Пашченко М. НеоЭтикет: новая грамотность в цифровом веке. СПб. : Дом рекламы, 2014. 196 с.

REFERENCES:

1. Apresyan, R. G. (2001) Etiket: enciklopedicheskij slovar'. Etika / pod red. R. G. Apresyan, A. A. Gusejnova. Moscow: Gardariki, 329 p.
2. Volodin, A. Yu. (2014) Digital Humanities (Cifrovye gumanitarnye nauki): v poiskah samoopredeleniya. *Vestn. Permskogo un-ta. Ser. Istorija*, no. 3(26), pp. 5–12.
3. Koz'yakova, M. I. (2016) "Etiquette as a cultural phenomenon". *Kul'tura kul'tury* [Culture of culture]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/etiket-kak-fenomen-kultury/viewer>
4. Kuz'menkova, M. A. (2014) "Phygital technologies – an innovation in the world of communications". *Mediascope*, no. 3. Available at: <http://www.mediascope.ru/1570>
5. Likhacheva, L.S. (2009) "Etiquette as a cultural universal", *Fundamental'nye problemy kul'turologii*: sb. st. po materialam kongressa. T. 6: Kul'turnoe nasledie: Ot proshlogo k budushchemu [Fundamental problems of cultural studies: collection of articles based on the materials of the congress. Vol. 6: Cultural heritage: From the past to the future]. Moscow: Novyi khronograf: Eidos, pp. 146–156.
6. Lukinova, O. (2020) Tsifrovoy etiket. Kak ne besit' drug druga v internete [Digital etiquette. How not to piss off each other on the Internet]. Moscow: ODRI.
7. Lukinova, O. (2020) Cifrovoy etiket: kak pravil'no obshchat'sya v seti? Available at: <https://rosuchebnik.ru/material/tsifrovoy-etiket-kak-pravilno-obshchatsya-v-internete/>
8. Mamina, R. I. (2020) *Iskusstvo samoprezentatsii v epokhu tsifry* [The art of self-presentation in the digital age]. SPb.: Petropolis.
9. Mozhaeva, G. V. (2015) Digital humanities: cifrovoy povorot v gumanitarnykh naukah. *Gumanitarnaya informatika*, no. 9. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/digital-humanities-tsifrovoy-povorot-v-gumanitarnykh-naukah>
10. Stillman, D., Stillman, Dzh. (2018) *Pokolenie Z na rabote. Kak ego ponyat' i najti s nim obshchij yazyk / per. s nem. Yu. Kondukova*. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber, 189 p.
11. Terras, M. (2017) *Cifrovye gumanitarnye nauki: hrestomatiya* / pod red. M. Terras, D. Najhan, E. Vanhutta, I. Kizhner. Krasnoyarsk: Izd-vo SFU, 212 p.
12. Horizon, R. (2020) The EU Framework Programme for Research and Innovation. Available at: <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/area/ict-research-innovation>
13. Van Dijk, J. (2006) *The Network Society. Social Aspects of New Media*. L.: Sage Publications, 142 p.
14. El'kin, A. and Pashchenko, M. (2014) *NeoEtiquette: New Literacy in the Digital Age*. SPb.: Dom reklamy.