

УДК 174 (042.4) (075.8)
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/39-3-30>

Євгенія СИДОРОВСЬКА,
orcid.org/0000-0002-3290-5918
кандидат культурології,
старший викладач кафедри філософії і педагогіки
Київського національного університету культури і мистецтв
(Київ, Україна) etiquette2020@ukr.net

КАТЕГОРІЯ ВВІЧЛИВОСТІ В КОНТЕКСТІ КІБЕРКОМУНІКАЦІЇ

У статті досліджено особливості ввічливого спілкування в кіберпросторі. Проаналізовано вербальні та невербальні маркери онлайн-взаємодії у контексті специфіки природи кіберкомунікації. Уточнено поняття «ввічливість» відповідно до особливостей онлайн-спілкування і запропоновано розглядати його як національно-специфічну комунікативну категорію (за Т. Ларіною), змістом якої є система ритуалізованих стратегій комунікативної вербальної і невербальної поведінки, спрямованих на гармонійне, безконфліктне онлайн-спілкування і дотримання прийнятих у сучасному суспільстві комунікативних норм, що визначають вибір найоптимальніших засобів для інтернет-комунікації. Зауважено, що в контексті специфіки кіберспілкування розрізняють трансакційне спілкування, орієнтоване передусім на передачу інформації, та інтеракційне спілкування, метою якого є встановлення і підтримка міжособистісного контакту між користувачами, досягнення ними взаєморозуміння, гармонії у спілкуванні.

Констатовано, що, незважаючи на універсальність, категорія ввічливості має релятивний характер, а конкретний її зміст є специфічним щодо особливостей форм інтернет-комунікації.

Здійснено спробу систематизувати й охарактеризувати принципи ввічливості в найбільш асинхронному онлайн-спілкуванні – електронній пошті, в соціальних мережах, що передбачають високий рівень мультимодальності, а також у синхронному онлайн-спілкуванні в чаті. Наголошено, що на сучасному етапі розвитку інтернет-технологій асинхронне онлайн-спілкування поступово замінюється синхронним, що реалізується засобами сервісів миттєвого обміну повідомленнями (LINE, WhatsApp, Telegram, Viber, Blackberry Messenger, Facebook Messenger та ін.).

Дослідження виявило, що правила оформлення повідомлень у синхронному спілкуванні відповідає нормам ділового або побутового етикету й передбачає контролювання власних висловлювань, формулювання чіткої думки задля уникнення дуального трактування, уникнення використання ненормативної лексики, контролювання інформації, що надходить у відкритий доступ.

Зазначається, що онлайн-специфіка ввічливості проявляється не лише в особливостях етикетних формул та їх використанні, але й за наявності специфічних комунікативних стратегій.

Ключові слова: кіберкомунікація, онлайн-спілкування, ввічливість, етикет, етика.

Yevheniia SYDOROVSKA,
orcid.org/0000-0002-3290-5918
Candidate of Cultural Studies,
Senior Lecturer at the Department of Philosophy and Pedagogy
Kyiv National University of Culture and Arts
(Kyiv, Ukraine) etiquette2020@ukr.net

CATEGORY OF COURTESY IN THE CONTEXT OF CYBER COMMUNICATION

The article examines the features of polite communication in cyberspace. Verbal and nonverbal markers of online interaction in the context of the specific nature of cybercommunication are analyzed. The concept of "politeness" is clarified in accordance with the peculiarities of online communication and it is proposed to consider it as a national-specific communicative category (according to T. Larina), the content of which is a system of ritualized strategies of communicative verbal and nonverbal behaviour. in modern society, communicative norms that determine the choice of the most optimal means of Internet communication. It is noted that in the context of the specifics of cybercommunication distinguish between transactional communication, focused primarily on information transfer, and interactive communication, which aims to establish and maintain interpersonal contact between users, achieving mutual understanding, harmony in communication.

It is stated that despite the universality, the category of politeness has a relative character, and its specific content is specific in accordance with the peculiarities of forms of Internet communication.

An attempt is made to systematize and characterize the principles of politeness in the most asynchronous online communication – e-mail, in social networks that provide a high level of multimodality, as well as in synchronous online communication in chat. It is emphasized that at the current stage of development of Internet technologies asynchronous

online communication is gradually being replaced by synchronous, which is implemented by instant messaging services (LINE, WhatsApp, Telegram, Viber, Blackberry Messenger, Facebook Messenger, etc.).

The study found that the rules of registration of messages in synchronous communication comply with the rules of business or domestic etiquette and involves the control of their own statements; formulating a clear opinion to avoid dual interpretation; avoiding the use of profanity; control of information that gets into the public domain.

It is noted that the online specificity of politeness is manifested not only in the features of etiquette formulas and their use, but also in the presence of specific communication strategies.

Key words: *cybercommunication, online-communication, politeness, etiquette, ethics.*

Постановка проблеми. Науковий інтерес до дослідження кіберкомунікацій, який виник на початку 1990-х років, на сучасному етапі надзвичайно активізувався серед представників різноманітних гуманітарних дисциплін, що зумовлено безпрецедентною динамікою розвитку предмету дослідження і водночас основоположною роллю, яку в сучасному світі відіграє комунікація. Телекомунікаційні технології початку XXI століття в цілому та глобальна комп'ютерна мережа Інтернет зокрема є наразі одним із найважливіших факторів розвитку світового суспільства, що впливає на суспільну, економічну, політичну та соціокультурну галузь. В умовах сучасного світу завдяки надзвичайному розвитку інтерактивних технологій людині доводиться мати справу з двома видами комунікації – особистою та кіберкомунікацією, для яких, на перший погляд, характерний єдиний механізм семантики та прагматики. Проте окремі принципи й особливості ввічливого спілкування, доречні для одного середовища, не можуть бути органічно застосовані в іншому середовищі, що зумовлює актуальність цього дослідження.

Таким чином, актуальність цієї статті визначається науково-теоретичною необхідністю в цілісному та систематичному вивченні зазначеного аспекту, а також практичною потребою заповнити нормативно-регулятивний вакуум, що спостерігається в галузі кіберкомунікації.

Аналіз досліджень. Ввічливість як найважливіша характеристика поведінки людини давно стала об'єктом наукового дослідження низки гуманітарних наук, зокрема соціології, лінгвістики, психології, теорії культури. Серед останніх досліджень і публікацій згадаємо наукові праці А.П. Болотнікової «Роль категорії ввічливості в текстах засобів масової інформації» (2018); О.Л. Петренко «Ввічливість та неввічливість як комунікативні категорії» (2010); М.А. Левіщенко «Комунікативна категорія ввічливості у вікторіанському мовленнєвому етикеті» (2013) та інших.

Водночас деякі аспекти, безпосередньо або опосередковано пов'язані з категорією ввічливості, залишаються невивченими або вивченими недостатньо. До них належить проблематика ввічливості в процесі кібервзаємодії. Серед вітчизня-

них науковців означена проблематика частково отримала висвітлення в наукових публікаціях І.С. Дишкант («Цифровий етикет у діловому спілкуванні») (2020), В.І. Луценко («Деякі аспекти комунікативної культури в дистанційному середовищі») (2008), О.Ю. Малої («Реалізація мовленнєвих стратегій ввічливості у дискурсі німецькомовних інтернет-форумів») (2009) та інших.

Мета статті – виявити особливості реалізації категорії ввічливості в контексті специфіки кіберкомунікації.

Виклад основного матеріалу. Разом із масштабним поширенням інтернет-технологій наприкінці XX – на початку XXI століття властиві онлайн-комунікації характеристики стали підставою для багатьох користувачів розглядати її як втілення лібертаріанського або анархічного ідеалу, оскільки вона надає людині небачені раніше можливості в контексті реалізації особистої свободи. Незважаючи на сформовані в 1994 році В. Ші правила, відомі як Нетикет (Netiquette), це стало приводом для демонстрування окремими інтернет-користувачами девіантної поведінки (зокрема кібер-хуліганство, ненормативна лексика, ненормативна поведінка, агресія, злочини та ін.). О.Ю. Малькова, акцентуючи увагу на тому, що онлайн-комунікація – це порівняно нове культурне явище, наголошує на відсутності зрозумілої, чіткої та ефективної системи моральної регуляції у цій галузі (Малькова, 2004: 5).

На сучасному етапі здійснюються активні спроби формулювання правил поведінки в процесі роботи з комп'ютером та мобільними пристроями, а викладання основ мережевого етикету розглядається дослідниками як основа формування навичок коректного й культурного спілкування, роботи в Інтернеті, інформаційної культури особистості в цілому.

Формування інформаційної культури призвело до появи комп'ютерної етики, що регламентує поведінку людини в інформаційному суспільстві, опосередковане використанням інформаційних технологій. На думку закордонних дослідників, комп'ютерна етика виникла як процес проблематизації поведінкових норм спілкування в суспільствах, сформованих за допомогою засобів

масової інформації у другій половині ХХ ст., а з появою Інтернет – горизонтального або неієрархічного, інтерактивного або глобального середовища для створення, збереження, поширення або обміну повідомленнями, ситуація різко змінилася (Carurro, 2006: 178). Комп'ютерна етика в більш вузькому розумінні стосується етичних питань, пов'язаних з Інтернет, і виникає тому, що нове середовище створює проблеми, які не можуть бути вирішені на основі традиційних правил і ролей ієрархічної генерації, поширення, збереження та обміну повідомленнями в межах засобів масової інформації у демократичному суспільстві (Hausmanninger, Carurro, 2002: 10).

І.В. Гаврилова, наголошуючи на необхідності перегляду та коригування правил мережевого етикету, акцентує увагу на необхідності пам'ятати, що: співрозмовник – це людина; правила та норми в Інтернеті такі ж самі, як і в реальному житті; в будь-якому суспільстві є свої правила та норми; необхідно враховувати можливості співрозмовника; кожного конкретного користувача сприйматимуть виключно на основі його дій та висловлень у мережі; необхідно допомагати іншим, якщо знаєш як; не конфліктувати; не читати чужі листи; пам'ятати, що всі люди можуть помилятися (Гаврилова, 2018: 116).

У цьому контексті особливе значення набуває категорія ввічливості.

На думку дослідників, ввічливість – це національно-специфічна комунікативна категорія, змістом якої є система ритуалізованих стратегій комунікативної вербальної та невербальної поведінки, спрямованих на гармонійне, безконфліктне спілкування та дотримання суспільно-прийнятих норм під час інтеракціональної комунікації. Вона є відображенням соціально-культурних стосунків, ядро яких складають соціально-психологічна та статусна дистанція, які в кожній культурі мають власні параметри. Асиметрія соціально-культурних стосунків зумовлює асиметрію національних систем ввічливості (Ларина, 2003: 27).

Т.В. Ларіна наголошує, що саме категорія ввічливості, як системо утворюючий фактор комунікації, є регулятором комунікативної поведінки співрозмовників, визначає вибір вербальної і невербальної комунікації (Ларина, 2009: 23).

Категорія ввічливості, залишаючись однією з найважливіших складників комунікаційного процесу протягом багатьох століть, на сучасному етапі розвитку суспільства, в умовах кіберкомунікації, отримує специфічне виявлення.

В контексті специфіки кіберкомунікації розглянемо ввічливість як національно-специфічну комунікативну категорію (за Т.В. Ларіною), змістом якої

є система ритуалізованих стратегій комунікативної вербальної і невербальної поведінки, спрямованих на гармонійне, безконфліктне онлайн-спілкування та дотримання прийнятих в сучасному суспільстві комунікативних норм, що визначають вибір найоптимальніших засобів інтернет-комунікації.

Х. Пратама визначає наступні концепції ввічливості:

- ввічливість застосовується передусім для побудови довіри між людьми, а не для передачі ідей;

- спілкування схильне до конфліктів, натомість ввічливість є запорукою стабільно рівного спілкування;

- ввічливість – це робоча соціальна норма, яку слід застосовувати завжди, крім випадків-виключень, коли ввічливість можна порушити або проігнорувати;

- ввічливість залежить від культури (Pratama, 2019: 43).

Вербальна комунікація – це не лише обмін інформацією, але й засіб установа, підтримки та припинення соціальних стосунків, демонстрація власного ставлення до співрозмовника. В контексті специфіки кіберспілкування можемо виділити трансакціональне спілкування, орієнтоване передусім на передачу інформації, та інтеракціональне спілкування, метою якого є встановлення й підтримка міжособистісного контакту між користувачами, досягнення ними взаєморозуміння, гармонії у спілкуванні.

Під час онлайн-комунікації застосовуються два типи комунікаційних стратегій, що складають головний зміст категорії ввічливості – стратегія зближення та стратегія відчуження (їх використання визначається типом інтернет-культури).

Зазвичай складності онлайн-комунікації виникають саме в інтеракціональному спілкуванні та викликані невмінням співрозмовників взаємодіяти, тобто демонструвати власне ставлення один до одного відповідно до норм певної частини інтернет-спільноти й конкретних очікувань партнера.

У контексті цього дослідження вважаємо за доцільне розглянути принципи ввічливості в асинхронному, синхронному та мультимодальному онлайн-спілкуванні.

Серед додатків та сервісів онлайн-комунікації, які широко використовуються на сучасному етапі, електронна пошта є найстарішою формою онлайнкомунікаційної платформи.

А.В. Кожеко, аналізуючи категорію ввічливості в діловому інтернет-спілкуванні, стверджує, що, незважаючи на відносини між учасниками, в діловому спілкуванні є власні межі та правила, яких необхідно дотримуватися задля успішної комуніка-

ції і підтримки шанобливого ставлення учасників спілкування один до одного. Дослідниця акцентує увагу на тому, що головні елементи електронного листа (тема, привітання, звернення, текст, заключна формула ввічливості, підпис) є не лише структурними, але й етикетними, оскільки їх наявність говорить про виховання адресанта та ступінь його володіння культурою листування (Кожеко, 2015: 247).

Асинхронний характер електронного листування має перевагу в облікових даних відправника та одержувача, проте інші онлайн-платформи також пропонують аналогічні переваги. Незважаючи на те, що електронна пошта традиційно використовується для ділової переписки чи будь-яких формальних ситуацій, у сучасному світі її поступово починає заміняти сервіси миттєвого обміну повідомленнями, що зумовлено появою та поширенням смартфонів.

Використання таких сервісів, як, наприклад, LINE, WhatsApp, Telegram, Viber, BlackBerry Messenger, Facebook Messenger, WeChat etc. Mobile Instant Messaging (MIM) та інших, надає можливість користувачам брати участь у синхронних і приватних текстових розмовах, створювати групові чати, підтримувати мультимодальність, що дозволяє обмінюватися зображеннями, відео та звуковими повідомленнями, а також стікерами та смайлами. Таким чином, миттєві повідомлення стали основним засобом щоденного спілкування.

Незважаючи на те, що означені вище платформи обміну миттєвими повідомленнями відрізняються конкретними функціями, вони мають деякі загальні ключові атрибути. Зокрема обмін миттєвими повідомленнями забезпечує майже синхронний зв'язок, а також показує дані про присутність співрозмовника, тобто вказує, чи доступні контакти або чи підключені вони до мережі; пропонують звукові або візуальні сповіщення про повідомлення, що з'являються на екрані (Garret, Danziger, 2008: 25). Наприклад, один із найпопулярніших в світі месенджерів WhatsApp показує онлайн-присутність контакту та надає час останнього відвідування, що дозволяє користувачам дізнатися, коли їхні контакти останній раз використовували додаток, і розраховувати, коли саме отримуватиметься відповідь на повідомлення (Pielot, 2014: 3321). Окрім того, в додатку відмічаються отримані та прочитані повідомлення. Такі знаки доставки безпосередньо пов'язані із ввічливістю. Окремі додатки для обміну миттєвими повідомленнями надають контакту інформацію про доступність і час останнього відвідування, що може допомогти спрогнозувати приблизний час відповіді. Проте ці функції можуть порушувати конфіден-

ційність користувачів. Наприклад, у випадку, коли адресат не відповідає на повідомлення, але при цьому знаходиться в мережі, адресант може відчувати себе проігнорованим. Ввічливе ставлення до адресанта передбачає уникнення подібних випадків: відповідно приблизний час між відправленим повідомленням, його прочитанням та отриманням відповіді не повинен складати більше кількох хвилин. Виключення складають лише випадки, коли абонент, який знаходиться в мережі, не читає та не відповідає тривалий час через форс-мажорні обставини (про них доречно поінформувати співрозмовника на початку спілкування і перепросити за те, що йому довелося очікувати на відповідь).

Правила оформлення повідомлень у синхронному спілкуванні цілком відповідають нормам ділового (за умови робочого спілкування) або побутового етикету (під час неформального спілкування з колегами, родичами та знайомими) і передбачають:

- контролювання власних висловлювань;
- формулювання чіткої думки, щоб уникнути дуального трактування;
- уникнення використання ненормативної лексики;
- контролювання інформації, що потрапляє у відкритий доступ.

У випадках спілкування в соціальних мережах правила ввічливості передбачають передусім:

- не допустити абстрагування від того, що в процесі спілкування беруть участь люди;
- уникнення зверхнього ставлення до співрозмовників;
- дотримання правил того інформаційного товариства, в якому вони знаходяться.

Наприклад, правилами найбільшої в світі соціальної мережі Facebook заборонено викладати зображення оголеного тіла, створювати фальшиві профілі, у коментарях або в постах заборонені будь-які висловлення, що можуть бути зрозумілі як ворожі, зокрема:

- не можна порівнювати людей із брудом, бактеріями, хворобами, тваринами, які в цій культурі вважаються нижчими істотами в інтелектуальному або фізичному плані;
- стверджувати, що людина фізично, розумово або морально неповноцінна;
- виказувати презирство до людей або груп людей та ін.

Окремим фактором впливу на специфіку онлайн-спілкування в цілому та ввічливість зокрема є складності міжкультурної комунікації, що в умовах кіберпростору лише посилюються низкою об'єктивних і суб'єктивних факторів.

Зазвичай національно-культурні особливості поведінки комунікантів в інтеракційному спілкуванні пов'язані з тим, що в різних культурах існує власне розуміння ввічливості. Ввічливість є категорією комунікативної свідомості та відображення національного менталітету, системотворчим стрижнем, що регулює комунікативну поведінку людини. Знання національних особливостей цієї категорії сприяє розумінню багатьох особливостей комунікативної поведінки народу та є невід'ємним компонентом міжкультурної комунікативної компетенції.

Висновки. Незважаючи на універсальність, категорія ввічливості має релятивний характер, а конкретний її зміст є специфічним відповідно до особливостей форм інтернет-комунікації. Онлайн-специфіка ввічливості проявляється не лише в особливостях етикетних формул та їх використанні, але і в наявності специфічних комунікативних стратегій.

Дослідження виявило, що, незважаючи на відсутність зрозумілої, чіткої та ефективної системи моральної регуляції, у галузі онлайн-комунікації як порівняно новому культурному явищі все ж існують власні межі та правила ввічливості, яких необхідно дотримуватися для успішної комунікативної практики. Використання головних структурних та етикетних елементів ввічливості під час спілкування засобами електронної пошти, в соціальних мережах і чатах засвідчує відповідний рівень виховання користувача та володіння комунікаційною культурою сучасного світу. Вирішальну роль у відборі засобів онлайн-спілкування відіграє принцип ввічливості (особлива стратегія поведінки, спрямована на попередження конфліктних ситуацій). Попередженню конфліктів сприятимуть етикетні жанри вибачення, вдячності, побажання та інші, а також грамотне й коректне формулювання думок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Болотнікова А.П. Роль категорії ввічливості в текстах засобів масової інформації. Молодий вчений. 2018. № 9.1. С. 17-20.
2. Гаврилова И.В. Современный киберэтикет. *Стратегия социально-экономического развития общества: управленческие, правовые, хозяйственные аспекты*. Сборник научных статей 8-й Международной научно-практической конференции. 2018. С. 115-117.
3. Дишкант І.С. Цифровий етикет у діловому спілкуванні. *Матеріали III Міжнародної студентської науково-технічної конференції «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання»*, 23–24 квітня 2020 року. Тернопіль : ТНТУ, 2020. С. 154.
4. Кожеко А. В. Категория вежливости в деловой интернет-переписке. *Экология языка и коммуникативная практика*. 2015. № 2 (5). С. 242-251.
5. Ларина Т.В. *Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации: на материале английской и русской коммуникативных культур* : автореф. дис. ... доктора филолог. наук : 10.02.20. Москва 2003. 32 с.
6. Ларина Т.В. *Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций*. Москва : Рукописные памятники Древ. Руси, 2009. 512 с.
7. Левіщенко М.А. Комунікативна категорія ввічливості у вікторіанському мовленнєвому етикеті. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах*. 2013. № 27. С. 119-133.
8. Луценко В.І. Деякі аспекти комунікативної культури в дистанційному середовищі. *Теорія та методика управління освітою*. 2008. Вип. 8. URL : <http://tme.umo.edu.ua> (дата звернення : 12 червня 2021).
9. Малая О.Ю. *Реалізація мовленнєвих стратегій ввічливості у дискурсі німецькомовних інтернет-форумів* : автореферат дис. канд. філол. наук : 10.02.04. Харків. 2008. 20 с.
10. Малькова Е. Ю. *Этические проблемы виртуальной коммуникации* : автореф. дис....канд. философ. наук : 09.00.05 / Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена. Санкт-Петербург, 2004. 22 с.
11. Петренко О.Л. Ввічливість та неввічливість як комунікативні категорії. *Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: матеріали IX Міжнародної наукової конференції* (Харків, 5 лютого 2010 р.). Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2010. С. 245–256.
12. Capurro R. Towards an ontological foundation of information ethics. *Ethics and Information Technology*. 2006. no. 8, pp. 175–186. DOI 10.1007/s10676-006-9108-0.
13. Garret R. K., Danziger J. N. IM = Interruption Management? Instant Messaging and Disruption in the Workplace. *Journal of ComputerMediated Communication*. 2008. no. 13. pp. 23–42.
14. Hausmanninger T., Capurro R. Einleitung. Eine Schriftenreihe stellt sich vor. In R. Capurro and T. Hausmanninger, editors. *Netzethik. Grundlegungsfragen der Internetethik*. Fink, Munich, 2002. pp. 7–12.
15. Pielot, R. de Oliveira, H. Kwak, N. Oliver. (2014). Didn't You See My Message?: Predicting Attentiveness to Mobile Instant Messages. In *Proceedings of the 32nd annual ACM conference on Human factors in computing systems*. pp. 3319-3328.
16. Pratama H. *Linguistic Politeness in Online Communication*. Semarang: LPPM Unnes, 2019. 105 p.

REFERENCES

1. Bolotnikova A. Rol katehorii vvichlyvosti v tekstakh zasobiv masovoi informatsii [The role of the category of politeness in the texts of the media Young scientist]. *Molodyi vchenyi*, 2018, Issue 9.1, pp. 17-20 [in Ukrainian].
2. Gavrilova I.V. Sovremennyy kibernetiket [Modern cyber etiquette]. *Strategiya social'no-ekonomicheskogo razvitiya obshchestva: upravlencheskie, pravovye, hozyajstvennye aspekty. Sbornik nauchnyh statej 8-j Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii*, 2018, pp. 115-117 [in Russian].
3. Dyshkant I. Tsyfrovyi etyket u dilovomu spilkuvanni [Digital etiquette in business communication.]. *Materialy III Mizhnarodnoi studentskoi naukovo-tekhnichnoi konferentsii «Pryrodnychi ta humanitarni nauky. Aktualni pytannia»*, 23–24 kvitnia 2020 roku. Ternopil : TNTU, 2020, p. 154 [in Ukrainian].
4. Kozheko A. V. Kategoriya vvezhlivosti v delovoy internet-perepiske [Category of politeness in business Internet correspondence]. *Ekologiya yazyka i kommunikativnaya praktika*, 2015. Nr 2 (5), pp. 242-251 [in Russian].
5. Larina T. V. Kategoriya vvezhlivosti v aspekte mezhkul'turnoj kommunikacii: na materiale anglijskoj i russkoj kommunikativnyh kul'tur [The category of politeness in the aspect of intercultural communication: on the material of English and Russian communicative cultures]. Phd thesis. Moskva 2003. 32 p. [in Russian].
6. Larina T. V. Kategoriya vvezhlivosti i stil' kommunikacii [Category of politeness and communication style.]. *Sopostavlenie anglijskih i russkih lingvokul'turnyh tradicij*. Moskva : Rukopisnye pamyatniki Drev. Rusi, 2009. 512 p. [in Russian].
7. Levishchenko M. Komunikatyvna katehoriia vvichlyvosti u viktorianskomu movlennievomu etyketi [Communicative category of politeness in Victorian speech etiquette]. *Humanitarna osvita v tekhnichnykh vishchykh navchalnykh zakladakh*, 2013, Issue 27, pp. 119-133 [in Ukrainian].
8. Lutsenko V. I. Deiaki aspekty komunikativnoi kultury v dystantsiinomu seredovishchi [Some aspects of communicative culture in a remote environment]. *Teoriia ta metodyka upravlinnia osvitoiu*. 2008. Nr 8. URL : <http://tme.umo.edu.ua> [in Ukrainian].
9. Malaia O. Yu. Realizatsiia movlennievychk stratehii vvichlyvosti u dyskursi nimetskomovnykh internet-forumiv [Implementation of speech strategies of politeness in the discourse of German-language Internet forums]. Phd thesis. Kharkiv. 2008. 20 p. [in Ukrainian].
10. Mal'kova E. YU. Eticheskie problemy virtual'noj kommunikacii [Ethical problems of virtual communication]. Phd thesis. Rossijskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet im. A. I. Gercena. Sankt-Peterburg, 2004. 22 p. [in Russian].
11. Petrenko O. Vvichlyvist ta nevichlyvist yak komunikatyvni katehorii [Politeness and rudeness as communicative categories]. *Karazinski chytannia: Liudyna. Mova. Komunikatsiia: materialy IX Mizhnarodnoi naukovo konferentsii (Kharkiv, 5 liutoho 2010 r.)*. Kharkiv: KhNU imeni V.N. Karazina, 2010, pp. 245–256 [in Ukrainian].
12. Capurro R. Towards an ontological foundation of information ethics. *Ethics and Information Technology*, 2006, no. 8, pp.175–186. DOI 10.1007/s10676-006-9108-0 [in English].
13. Garret R. K., Danziger J. N. IM = Interruption Management? Instant Messaging and Disruption in the Workplace. *Journal of ComputerMediated Communication*, 2008, no. 13, pp. 23–42 [in English].
14. Hausmanninger T., Capurro R. Einleitung. Eine Schriftenreihe stellt sich vor. In R. Capurro and T. Hausmanninger, editors. *Netzethik. Grundlegungsfragen der Internetethik*. Fink, Munich, 2002, pp. 7–12 [in German].
15. Pielot, R. de Oliveira, H. Kwak, N. Oliver. (2014). Didn't You See My Message?: Predicting Attentiveness to Mobile Instant Messages. In *Proceedings of the 32nd annual ACM conference on Human factors in computing systems*, pp. 3319-3328 [in English].
16. Pratama H. Linguistic Politeness in Online Communication. Semarang: LPPM Unnes, 2019. 105 p. [in English].