

УДК 177:316.776 28.11

*Конюкова Ірина Янівна*

*кандидат педагогічних наук, доцент,*

*Київський національний університет*

*культури і мистецтв*

*Київ, Україна*

*konyukova@ukr.net*

## СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕТИКЕТУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

**Мета роботи** – дослідити соціально-культурні трансформації етикету в умовах інформаційного суспільства. **Методологія дослідження** базується на соціально-філософському аналізі, що охоплює філософські та загальнонаукові підходи і методи. Методи аналізу і синтезу, моделювання, а також принципи класифікацій використані при розгляді моделей побудови інформаційного суспільства. **Наукову новизну** становить аналіз соціально-культурної трансформації етикету, розкрито особливості етикету в умовах інформаційного суспільства. **Висновки.** Етнічний етикет українців зазнав суттєвих змін в процесі соціально-культурної трансформації, але продовжує зберігатися в явищах звичаєво-обрядової культури, побутових пересторогах та заборонах. Сучасне інформаційне суспільство, з одного боку нівелює, змінює усталені етикетні норми і традиції спілкування, а з іншого – сприяє поширенню знань про етнокультуру, популяризує та зберігає, а інколи й реанімує забуті звичаї. Соціально-культурні трансформації

етикету вплинули на виробничу й творчу діяльність людини, формуючи при цьому певні трудові, естетичні, етичні, правові та інші навички. Норми культури в їх зовнішньому вираженні передбачають своєрідну символіку, визначену знакову систему, часом досить складну. Перетворення правил і норм етикету на стабільний регулятор діяльності людини передбачає, що вони засвоюються людиною, стають її внутрішнім переконанням. Тобто норми етикету – це певні зразки, правила поведінки або дії, які стали внутрішніми регуляторами людських дій, і які змінюються під впливом зовнішніх чинників.

**Ключові слова:** етикет, етноетикет, інформаційне суспільство, соціально-культурні трансформації.

*Конюкова Ирина Яновна кандидат педагогических наук, доцент, Киевский национальный университет культуры и искусств, Киев, Украина*

**Социально-культурные трансформации этикета в условиях информационного общества**

**Цель работы** – исследовать социально-культурные трансформации этикета в условиях информационного общества. **Методология исследования** базируется на социально-философском анализе, охватывает философские и общенаучные подходы и методы. Методы анализа и синтеза, моделирования, а также принципы классификации использованы при рассмотрении моделей построения информационного общества. **Научную новизну** составляет анализ социально-культурной трансформации этикета, раскрыты особенности этику

в условиях информационного общества. **Выводы.** Этнический этикет украинский претерпел существенные изменения в процессе социально-культурной трансформации, но продолжает храниться в явлениях обычно-обрядовой культуры, бытовых предосторожностях и запретах. Современное информационное общество, с одной стороны нивелирует, меняет устоявшиеся этикетные нормы и традиции общения, а с другой – способствует распространению знаний о этнокультуре, популяризирует и сохраняет, а иногда и реанимирует забытые обычаи. Социально-культурные трансформации этикета влияние на производственную и творческую деятельность человека, формируя при этом определенные трудовые, эстетические, этические, правовые и другие навыки. Нормы культуры в их внешнем выражении предусматривают своеобразную символику, определенную знаковую систему, порой весьма сложную. Преобразование правил и норм этикета на стабильный регулятор деятельности человека предполагает, что они усваиваются человеком, становятся ее внутренним убеждением. То есть нормы этикета – это определенные образцы, правила поведения или действия, которые стали внутренними регуляторами человеческих действий, и которые изменяются под влиянием внешних факторов.

**Ключевые слова:** этикет, этноэтикет, информационное общество, социально-культурные трансформации.

*Koniukova Iryna Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine*

## **Sociocultural transformations of etiquette in the information society**

**The purpose of the article** is to study the sociocultural transformations of etiquette in the information society. **The research methodology** was based on social and philosophical analysis, which embraces philosophical and general scientific approaches and methods. Methods of analysis and synthesis, modeling, as well as principles of classification were used in considering models of building the information society. **The scientific novelty of the work** lies in the analysis of sociocultural transformation of etiquette and revealing its characteristic features in the information society. **Conclusions.** Ethnic Ukrainian etiquette has undergone significant changes in the process of sociocultural transformation, but remains present in the phenomena of traditional ritual culture, household precautions and prohibitions. The modern information society, on the one hand, eliminates and changes the established etiquette norms and traditions of communication, but, on the other hand, it promotes the dissemination of knowledge about ethnoculture, popularizes and preserves, and sometimes revives, forgotten customs. Sociocultural transformations of etiquette influenced the productive and creative human activity, while forming certain labor, aesthetic, ethical, legal, and other skills. Cultural norms in their external expression provide for a kind of symbolism, a certain sign system, at times very complex. The transformation of etiquette rules and norms into a stable regulator of human activity assumes that they are assimilated by a person, becoming their inner conviction. That is, etiquette norms are certain patterns, rules of behavior, or actions that have become internal regulators of human actions, and which are changed under the influence of external factors.

**Key words:** etiquette, ethnoetiquette, information society, socio-cultural transformation.

**Вступ.** Доцільно проаналізувати особливості етикету як важливого чинника в регуляції та стабілізації соціальних стосунків. Поняття «етикет» з'явилося відносно недавно, воно пов'язане, насамперед, зі світськими правилами спілкування. Спочатку слово «етикет» (французьке за походженням) означало товарну бірку, ярлик. Пізніше це поняття стало використовуватися для позначення придворного церемоніалу. Саме в цьому значенні, особливо після прийняття французького церемоніалу при віденському дворі, воно набуло поширення в німецькій, польській, російській та іншій мовах. Словник з етики визначає цей термін як сукупність правил поведінки, що стосується зовнішнього прояву ставлення до людей, навколишнього світу, форми звертання та вітання, поведінки в громадських місцях, манери й одягу [4, с. 431]. Уточнюючи зміст поняття «етикет», деякі дослідники звертають увагу не на окремі факти, у яких відбивається культура поведінки, а на вимоги, які сформувалися до неї в суспільстві. «Етикет – не просто стандарт поведінки, а в певній мірі ритуалізована форма осмисленого спілкування», – підкреслює литовський фахівець з етики К. Стошкус [6]. Таку ж аналогію можна провести й у трактуванні цього поняття А. К. Байбурінім і А. Л. Топорковим, які розглядають етикет як сукупність спеціальних прийомів і рис поведінки, за допомогою яких здійснюється виявлення, підтримування й обігравання комунікативних статусів партнерів у спілкуванні [1, с. 5]. Наприклад, А. І. Першиц дає таке визначення етикету: «Етикет – у вузькому, історично первісному значенні – звід

правил обходження, прийнятих при дворі, у дипломатичному колі тощо; у широкому значенні – сукупність правил поведінки, увічливості, прийнятих у якому-небудь суспільстві або його частині (статеві-віковий, кастовий, становий, професійний і т. п. етикет)» [8, с. 8]. Стереотип сприйняття етикету, який склався в суспільній свідомості й гуманітарних науках, пов'язаний із тим, що етикет традиційно описується в літературі та постає перед нами як спосіб зберігання суспільства як цілості, спосіб підтримки в ньому певного порядку, погодженості дій і поведінки людей, спосіб запобігання конфліктів тощо. Виходячи з цього, етикет сприймається виключно в своїй інтеграційній (комунікативній) функції. При цьому не враховується те, що соціальне призначення етикету не вичерпується інтеграцією, узгодженням індивідуальної поведінки із суспільними нормами. Соціальна роль етикету є значно складнішою. Етикет не тільки спрямовує свої зусилля на інтеграцію, на взаємодію людей, але й насамперед підкреслює їхні соціально-статусні та комунікативні відмінності (стать, вік, суспільне становище, ступінь знайомства, споріднення тощо), точно вказуючи кожному його місце в суспільній ієрархії й визначаючи набір «допустимих – недопустимих» («пристойних – непристойних») дій відповідно до цього статусного положення людини. Як елемент культури поведінки, етикет містить у собі ті вимоги зовнішньої культури суспільства, які набувають характеру суворо регламентованого церемоніалу та в дотриманні яких має особливе значення форма поведінки. Володіння інструментальними етикетними засобами сприяє створенню толерантності – форми поведінки й спілкування з іншими людьми, що протистоїть агресивності, конфліктності, безапеляційності. Аналізуючи ритуал

і світський етикет у східній культурі, український філософ О. П. Проценко зазначає, що в той період не було певного розходження між цими формами стереотипної поведінки, оскільки вони за своєю сутністю та функціонуванням асоціювалися із законом. Ритуальним формам поведінки надавалося й надається особливе значення, оскільки прийнято вважати, що саме за їх допомогою гармонізуються людські стосунки, а отримання їх сприяє підтримці соціальної субординації [3, с. 23].

У статті аналізуються особливості етикету в умовах інформаційного суспільства. Простежується процес трансформації етнічних етикетних форм, їх сучасне побутування та поширення, зокрема, засобами інтернету. У світлі сучасних політичних реалій в українському суспільстві до питань культури мовлення, толерантності та ввічливості у спілкуванні. Люди можуть мати різні світогляди, розмовляти різними мовами, але бути вихованими, стриманими та інтелігентними зобов'язані бути завжди. Особливо, в ці нестабільні та важкі часи кожен повинен вимагати від себе, насамперед, уважності та співчутливості, поліпшення своєї комунікації.

Однією з прикметних ознак сучасності є вплив інформаційних технологій на соціум. Актуальною проблемою, що потребує наукового дослідження, видається аналіз результатів цього впливу в гуманітарній сфері, зокрема, в сфері етичних взаємин. Глобалізаційні процеси нівелюють явища національної культури, сприяючи поширенню масової культури. Стандарти споживання впливають на морально-естетичні канони та уподобання, що склалися історично, утворюють нові комунікаційні зв'язки.

В умовах інформаційної епохи, як відмічає М. Кастельс, рівень розвитку людини, його здібності розкодувати тексти все більше визначається його залученістю до мережевого суспільства. Комунікабельність як і інтерактивність є залежними від рівня оволодіння сучасними інформаційними технологіями. Іншим важливим фактором, який актуалізує питання про специфіку комунікативного процесу в умовах глобалізації, являється необхідність адекватного розуміння соціальних наслідків розвитку нових інформаційних мереж та інформаційних потоків. Сутність проблеми полягає в тому, що використання глобалізованих комунікативних медіа-засобів тягне за собою появу нових форм взаємодії у соціальному світі, якісно інших видів соціальних та індивідуальних відносин. Фундаментальна значущість глобалізованих комунікативних медіа пов'язаний з тим, що вони трансформують не тільки просторову, але й часову організацію соціального буття, викликають до життя нові форми взаємодії індивідів.

**Огляд публікацій за темою.** Проблеми дослідження сучасних форм етикету, зокрема мовленевого, аналіз інтернет-комунікацій найчастіше висвітлюються в мовознавчих публікаціях. Варто відзначити роботи С. В. Зайцевої, присвячені осмисленню віртуального простору як нового комунікативного середовища та мовним особливостям українського медіа-ресурсу. У статті Ю. Воробєя «Інтернет-комунікація та Інтернет-комунікант: взаємодія і взаємопородження» розглядається взаємодія інтернету з комунікантом, відзначається вплив мережевої інформації на формування особистості користувача [1]. Психологічні аспекти впливу Інтернету на якість навчання молоді, розвиток комунікативного потенціалу особистості вивчалися О. Скуловатою та В. Фатуровою [11, с. 11].



Для розуміння процесів трансформації етикету, що відбуваються в сучасному суспільстві важливе значення мають дослідження народного етикету. Окрім відомих праць з етнопедагогіки М. Грушевського, М. Стельмаховича [3], з'являються нові публікації присвячені особливостям ритуального, повсякденного спілкування українців. Джерелом для написання статті стали також результати мережевого моніторингу з означеної проблематики. Вивчались сайти туристичних, бізнесових компаній з порадами для іноземців стосовно українського етикету. Український сегмент Інтернету містить численні публікації на туристичних, краєзнавчих, педагогічних, освітніх ресурсах, присвячених різним формам етикету – мовного, корпоративного, дипломатичного, конфесійного, народного, кількість яких засвідчує читацький попит на них.

**Метою статті** є дослідження соціально-культурних трансформацій етикету в інформаційному суспільстві, виявлення морально-естетичного потенціалу народного етикету в сучасних умовах.

Основна цінність соціальної мережі полягає в тому, що вона в сучасних умовах є не просто засобом соціальної комунікації, а виступає як механізм конструювання комунікативного простору сучасного суспільства. Ціннісним аспектом у даному випадку є вільна горизонтальна комунікація і самоорганізація мережі, що визначає її ентропійність. Всі учасники мережевої спільноти визнають свободу слова, не обмежену статусними межами і цінують право вільно формувати організаційні структури для досягнення більш ефективної взаємодії і генерації ідей. Тому аксіологічний статус соціальної мережі проявляється як засіб і реалізація особистого і соціального капіталу.

Інформаційним вважається суспільство ефективність якого забезпечується послугами на основі інтелектуальних інформаційних технологій та технологій зв'язку. За офіційними даними Державної служби статистики України, кількість абонентів мережі інтернет станом на кінець березня 2016 р. становила 14203,2 тис. осіб, з них 14157,8 тис. осіб (або 99,6 %) отримують послуги широкопasmового доступу до Мережі. Забезпеченість населення інтернет-послугами по Україні в розрахунку на 100 жителів становить 33,3 особи, у середньому 69 % населення міст і 47 % мешканців сіл є регулярними користувачами інтернету [10]. Огляд соціальних мереж за даними 2014–2015 рр. показує, що у ВКонтакті, Однокласниках, Фейсбуці та Твіттері зареєстровано понад 40 мільйонів українських акаунтів. (ВКонтакті – більше 27 млн. облікових записів, Однокласники – близько 11 млн., у Фейсбуці – 3,2 млн. (5 млн. у 2016 р.) [8]. Тобто до віртуального спілкування залучена значна частина населення країни.

Сьогодні інформаційне суспільство – це «новий соціальний зразок, що... ґрунтується на мікроелектронній технології» і поширюється всюди «од повсякденного життя до міжнародних відносин та від сфер дозвілля до виробничих відносин» [2]. З розвитком сучасних комунікацій, давній вислів «світ широкий», набув нового значення. Мобільний зв'язок, Інтернет, поєднуючи людей незалежно від країни проживання чи перебування, скорочують відстані, розширюють горизонти та можливості спілкування і разом з тим, обмежують це саме спілкування не лише вартістю тарифів, але й віртуальними межами.

Ейфорія від перспектив що відкрилися, завадила розгледіти проблему, що з'явилася в зв'язку з цим – поступову кризу безпосереднього, живого спілкування, особливо в молоді. Для багатьох людей старшого та середнього віку найкращим співрозмовником став телевізор, дзвінки по телефону замінили візити до родичів, батьків. Популярною темою сучасних жартів стала залежність від соціальних мереж. Карикатуристи часто зображують закоханих, членів родини, які сидячи поруч одне з одним, продовжують спілкуватися через смартфон.

Можливістю знайти однодумців, презентувати себе у бажаному образі та якостях, почуватися вільно з представниками протилежної статі, інтернет комунікації особливо приваблюють молодь. Анонімність спілкування дозволяє інтернет користувачу створити привабливий зовнішній образ, наділити себе бажаними рисами та чеснотами. Брак красномовства чи почуття гумору компенсується можливістю доступу до тематичних ресурсів на яких можна знайти тексти афоризмів, жартів, компліментів та ін. Готові вербальні кліше, візуальні шаблони для вияву як позитивних так і негативних емоцій (сердечка, смайлики, стилізовані зображення людей, тварин, предметів), що додаються до текстів повідомлень або використовуються замість них, позбавляють учасника спілкування необхідності шукати власні форми прояву почуттів.

Відсутність зорового, слухового контакту в мережевій комунікації стимулює до більшої відвертості, впевненості в собі, іноді агресивності. Ці та ін. нюанси віртуальних стосунків складно використати при безпосередній комунікації, при якій враження від

співрозмовника залежить від таких психофізичних факторів (зовнішнього вигляду, настрою, вміння поводитися та висловлювати думки). Вигаданий віртуальний образ не захищає в реальності, залишаючи почуття невпевненості та беззахисності, від яких багато хто, особливо у підлітковому віці, знову ховаються в інтернет – в уявлені спільноти.

Віртуальна комунікація сприяла появі специфічної мови, англійзованого сленгу, що згодом перейшов і в розмовне молодіжне середовище. Збільшення кількості україномовних користувачів мережі сприяє поширенню україномовного сленгу, що базується на метафоричному переосмисленні та гумористичному трактуванні комп'ютерних реалій: «живність – вірус; уморився – завис (про комп'ютер); посполито – добре; тиць майданчик – тач-пад (сенсорна панель керування, найчастіше використовується в ноутбуках); позирало – монітор, метик, мізківник, метикун, мудрик – комп'ютер» [4].

Ці та ін. приклади демонструють цікавий феномен залучення для творення нової сленгової лексики українських етнографічних термінів, архаїзмів, що рідко зустрічаються в розмовній мові.

Таким же цікавим є процес актуалізації української етнокультурної спадщини в умовах інформаційного суспільства. Пошук оригінальних форм дозвілля, стилю в одязі, в оформленні інтер'єру спричинив зацікавлення молоді народними звичаями та обрядами, етнічним одягом та архітектурою. Поширеність етнічного стилю у весільній культурі, навернення молоді до церкви, сучасна культура пам'яті та поминання викликали попит на етнографічні матеріали. Для прикладу, запит у пошуковій системі Google за ключовими словами «народний етикет» дає посилання на 191 тис. ресурсів,

«українське весілля» – 76 тис., народний одяг» – 797 тис. З розвитком туризму, міжнародної торгівлі, зростання кількості міжнаціональних шлюбів в Україні попит на інформацію про особливості побуту, гендерних стосунків, етикетних норм став затребуваним і в інших країнах. Відомості про традиційний етикет, особливості поведження з українськими жінками містять багато іншомовних сайтів туристичних, бізнесових, шлюбних агенцій.

Якщо взяти до уваги те, що « етикет органічно пов'язаний з моральним нормами та цінностями суспільства», то за станом етикетних стосунків можна визначати стан моральності суспільства. У цьому плані видається потрібним короткий історичний екскурс про народний етикет, який базуючись на засадах християнської моралі, включав набір універсальних загальнолюдських цінностей: повагу до батьків і до старших, повагу до жінки, поняття честі та гідності, скромність, доброзичливість, толерантність.

У народній культурі українців навчання правилам етикету починалось з раннього віку дитини. У півтора року дитина вже вмiла «віддавати чолом» – шанобливо вітатись зі старшими членами родини, притуляючись чолом до їх руки, молитися, знала своє місце за столом, а також як поводити себе, коли в домі гості. З'являтися на вулиці можна було лише в чистому, охайному вигляді. Дівчинка мала бути щодня заплетеною, кругла «гладка голівка» вважалась також еталоном дівочої краси. Заміжня жінка, навпаки, не повинна була «світити волоссям», тобто з'являтися на людях простоволосою.

Втім, вимогами до зовнішнього вигляду людини, правила етикету не обмежувалися.

Молодші за віком мали першими вітатися зі старшими, розпочинати розмову в гурті мав право старший за віком чоловік, співрозмовника не годилося перебивати. Важливе значення в повсякденному житті та в особливих, урочистих випадках мало батьківське благословення. Його просили, вирушаючи в дальню чи ближню дорогу, на війну, перед одруженням. До батьків звертались лише на «Ви». Старшого за віком чоловіка навіть не дозволялося обганяти в дорозі. Главою родини був чоловік. За звичаєм він ділив хліб всім членам родини і першим розпочинав трапезу з загальної миски. По дорозі до храму чоловіки йшли першими, за ними дружини з дітьми. У церкві жінки стояли зліва, чоловіки справа, до причастя та до хреста першими також підходили чоловіки (після немовлят). Суспільством чітко регламентувалась поведінка молоді: не заохочувався прилюдний вияв молоддю своїх почуттів (обіймів, поцілунків). Пари, що збиралися одружитися могли зустрічатися лише в присутності когось із старших. Під наглядом старшої жінки проходили і молодіжні зібрання – вечорниці, досвітки. По закінченню роботи та розваг, молодь лягала спати разом, але будь-який вияв інтимності, засуджувався громадою. Парубок та дівчина, що не змогли подолати пристрасті, ризикували бути виключеними з громади та публічно осміяними.

Увійшовши до когось у хату, чоловіку потрібно було зняти головний убір, перехреститися на покуть і побажати господарям: «Мир дому цьому!». В обов'язки господарів входило почастивати гостя. Для кожного випадку життя, народ припас відповідне словечко. Спеціальні вітально-побажальні формули дозволяли

висловити почуття доброзичливості в багатьох ситуаціях: при роботі («Бог в поміч!», «Дай, Боже, щастя!»), при зустрічі («Будьте здорові!», «Ідіть здорові!»), частуванні «Дякуємо за хліб за сіль!», «Дякуємо Богу і вам», «Дай вам, Боже, щастя, здоров'я на многія літа», при прощанні «Ідіть з Богом!», «Ідіть здорові!». У традиційному суспільстві звичай регламентував поведінку людини у час свята, і в будень, визначав її місце в суспільстві й родині. І тому, займаючи це заздалегідь відведене йому місце, кожен міг почувати себе комфортно.

Соціально-культурні трансформації вплинули на традиційний етикет, вилучивши з нього більшу частину сакральної поведінки, спростивши вітальні правила, стосунки між батьками та дітьми, чоловіками та жінками. Правила українського етикету, прописані для іноземців, дають можливість погляду на себе зі сторони. Наведені далі приклади взяті з англomовного сайту «[phantaris.com](http://phantaris.com)» [12], обраного через ґрунтовність та об'єктивність викладу матеріалу. Інформація для потенційного візитера в Україну про емоційну стриманість українців, відсутність посмішок, супроводжується приміткою, що «це лише на перший погляд, а при ближчому знайомстві вони теплі й доброзичливі». Певна комунікаційна відстороненість українців пояснюється тим, що батьки навчають дітей «бути як всі, не висовуватись».

У колективній свідомості народу це правило закріпилося після того як радянська влада винищила більшість тих, хто виділявся: інтелігенцію, дворянство, духовенство, заможне селянство. У народній культурі особливо поважались люди обдаровані талантами,

організаторським хистом. Розповідь про гостинність українців, які завжди нагодують смачними, власноруч приготованими стравами йде разом з ремаркою «будьте готові вживати горілку чи інші міцні напої й говорити тости». Гостьовий етикет народу також змінився з часом за рахунок збільшення кількості напоїв та наїдків, що вживаються і зменшення розважально-оповідальних елементів застілля. Неприпустимим раніше було гостювання в будні, особливо з алкогольними напоями. Серед правил, що дивують іноземців і до яких їх готують – звичай знімати вуличне взуття в домі, заборона передавати щось через поріг, сідати на розі стола, дарувати парну кількість квітів, цілувати когось в лоб. Більшість цих заборон пов'язані з поховально-поминальною символікою і мають негативне значення лише для українців. Серед інших рекомендацій: приносити подарунки коли приходиш в гості, ділитися сигаретами, якщо просять, уступати місце в транспорті жінкам, дітям, допомагати жінкам нести важке, першим подавати їм напої та їжу, не дивуватися, коли тебе запитують про доходи та інші приватні питання.

Все згадане вище – це вже етикет радянського часу. У традиційній культурі подарунки мали в основному ритуальне призначення – на весілля, хрестини, Різдво, Великдень. У гості приходили з хлібом, гостинчик родичам чи близьким привозили приїжджаючи здалека. Їжу та напої спочатку подавали старшим в родині або чоловіку, тоді жінкам і дітям. Доречними до сторонніх вважалися етикетні формули-питання «Як ся маєте? Як здоров'я?» Так само ділитися тютюном чи чимось іншим людина могла лише з власної ініціативи, частування мало бути взаємним.



**Висновки.** Етнічний етикет українців зазнав суттєвих змін в процесі соціально-культурної трансформації, але продовжує зберігатися в явищах звичаєво-обрядової культури, побутових пересторогах та заборонах. Сучасне інформаційне суспільство, з одного боку нівелює, змінює усталені етикетні норми і традиції спілкування, а з іншого – сприяє поширенню знань про етнокультуру, популяризує та зберігає, а інколи й реанімує забуті звичаї. А тому сім'я, навчально-виховні і культурно-освітні заклади повинні, формуючи особистість, розвивати в ній такі морально-психологічні якості як уважність, чуйність, вміння бачити моральну сторону своїх і чужих дій і вчинків, витримка, володіння собою, здатність стримувати негативні емоції, вміння слухати іншу людину, передбачити можливі наслідки своїх слів, дій, вчинків. Соціально-культурні трансформації етикету вплинули на виробничу й творчу діяльність людини, формуючи при цьому певні трудові, естетичні, етичні, правові та інші навички. Норми культури в їх зовнішньому вираженні передбачають своєрідну символіку, визначену знакову систему, часом досить складну. Перетворення правил і норм етикету на стабільний регулятор діяльності людини передбачає, що вони засвоюються людиною, стають її внутрішнім переконанням. Тобто норми етикету – це певні зразки, правила поведінки або дії, які стали внутрішніми регуляторами людських дій, і які змінюються під впливом зовнішніх чинників.

### Список використаних джерел

1. Воробей Ю. Інтернет-комунікація та Інтернет-комунікант: взаємодія і взаємопородження/ Ю. Воробей // *Science and Education a New Dimension. Philology.* – 2015. – 3(16), issue 70, pp. 43–46.
2. Гнатюк С. Проблеми становлення інформаційного суспільства в Україні / С. Гнатюк, С. Здіорук // *Стратегічні пріоритети.* – 2007 – №1(2). – С. 96.
3. Грушевський М. Дитина у звичаях і віруваннях українського народу. – Київ : Либідь, 2006. – 256 с.
4. Зайцева С. Інноваційні явища україномовного інтернету / С. Зайцева // *Наукові записки. Серія. Філологічні науки (мовознавство).* – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2011. – Вип. 95. Ч. 2. – С. 205.
5. Зайцева С. Інтернет-спілкування як нова форма міжособистісного спілкування // *Дослідження з лексикології і граматики української мови : зб. наук. пр.* – Дніпропетровськ : ДНУ, 2012. – Вип. 11. – С. 45–53.
6. Пахолок С. Б. Народний етикет українців західних областей (на матеріалах сімейної обрядовості) : дис... канд. іст. наук: 07.00.05 / Світлана Богданівна Пахолок ; Нац. акад. наук України, Ін-т українознав. ім. Івана Крип'якевича, Ін-т народознав. – Львів, 2012. – 210 арк.
7. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : монографія [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.] ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2013. – 220 с.

8. Сильчук О. Огляд соціальних мереж в Україні. 29 жовтня 2015 – Режим доступу : <https://prezi.com/vlp1-5q5ao4d/presentation/>. – Назва з екрану.

9. Скуловатова О. Інтернет-ресурси як психологічний фактор впливу на якість навчання / О. Скуловатова // Вісник КНТЕУ. – 2013. – № 5(91). – С. 84–94.

10. Статистичні дані, цифри та показники наведені без урахування даних АРК і м. Севастополя, а також району проведення Антитерористичної операції. Інтернет та кабельне телебачення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/indexandp=150andlanguage=uk>. – Назва з екрану.

11. Фатурова В. М. Інтернет-середовище як фактор психологічного розвитку комунікативного потенціалу особистості : дис... канд. психол. наук: спец. 19.00.07 / Віра Миколаївна Фатурова ; Нац. акад. пед. наук України. – Київ, 2004. – 223 арк.

12. How to say behave in Ukrainian – Phantaris.com. – Mode of access : [phantaris.com/how-to-say-behave-in-ukrainian](http://phantaris.com/how-to-say-behave-in-ukrainian). – Title from the screen.

13. Keller M. Social Media and Interpersonal Communication / M. Keller // Social Work Today. – Vol. 13. – No. 3. – P. 10. – Mode of access: <http://www.socialworktoday.com/archive/051313p10.shtml>. – Title from the screen.

### References

1. Vorobej, Ju. (2015). Internet communication and Internet communicant: interaction and mutual generation. *Science and Education a New Dimension. Philology*, 3(16), issue 70, pp. 43–46.
2. Hnatiuk, S., Zdioruk, S. (2007). Problems of formation of the information society in Ukraine. *Stratehichni priorytety. [Strategic priorities]*, no. 1(2), pp. 96.
3. Hrushevskiy, M. (2006). *The child in the customs and beliefs of the Ukrainian people*. Kyiv: Lybid.
4. Zaitseva, S. (2011). Innovative phenomena of the Ukrainian-language Internet. *Naukovi zapysky. Serii. Filolohichni nauky (movoznavstvo) [Proceedings. Series. Philology (Linguistics)]*, issue 95, part 2, p. 205
5. Zaitseva S. Internet communication as a new form of interpersonal communication. *Doslidzhennia z leksykologhii i hramatyky ukrainskoi movy [Research on lexicology and grammar of the Ukrainian language]*, issue 11, pp. 45–53.
6. Pakholok, S. (2012). *Folk etiquette of Ukrainians in western regions (based on materials of family ritualism)*. D.ed. I. Krypiakevych Institute of Ukrainian Studies, Institute of Ethnology.
7. Horovyi, V., Onyshchenko, O., Popyk, V. (2013). *Social networks as a factor in the development of civil society: a monograph*. Kyiv: Vernadsky National Library of Ukraine.
8. Sylchuk, O. (2016). *An overview of social networks in Ukraine*. Available at: <<https://prezi.com/vlp1-5q5ao4d/presentation/>> [29 November 2015].

9. Skulovatova, O. (2013). Internet resources as a psychological factor affecting the quality of education. *Kyivskyi natsionalnyi torhovelno-ekonomichnyi universytet [Kyiv National University of Trade and Economics]*, no. 5(91), pp. 84–94

10. *The statistics, figures and indicators given without taking into account the data of the Autonomous Republic of Crimea and the city of Sevastopol, as well as the area of the Anti-terrorist operation. Internet and cable TV.* Available at: <<http://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&andpg=150&language=uk>> [Accessed 18 November 2017].

11. Faturova, V. (2004). *Internet environment as a factor in the psychological development of the communicative personality potential.* Kyiv: National Academy of Educational Sciences of Ukraine.

12. *How to say behave in Ukrainian – Phantaris.com.* (2017). Available at: <<http://phantaris.com/how-to-say-behave-in-ukrainian>> [Accessed 29 October 2017].

13. Keller, M. (2013). Social Media and Interpersonal Communication *Social Work Today*, [online] Vol. 13, no. 3, p. 10. Available at: <<http://www.socialworktoday.com/archive/051313p10.shtml>> [Accessed 14 October 2017].