

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

Кафедра музеєзнавства, пам'яткознавства  
та інформаційно-аналітичної діяльності

На правах рукопису

**ГРИНЕВИЧ АННА ЮРІЇВНА**

**РОЛЬ ЦИФРОВОГО ЕТИКЕТУ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-  
СЕРЕДОВИЩІ**

Робота на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»  
за освітньо-професійною програмою  
«Документаційне забезпечення управління та інформаційно-аналітична  
діяльність»  
спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

Науковий керівник: Разиграєв О.В.,  
доктор історичних наук, професор

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № \_\_\_\_\_

засідання кафедри музеєзнавства,  
пам'яткознавства та інформаційно-  
аналітичної діяльності

від \_\_\_\_\_ 2025 р.

Завідувачка кафедри проф. Гаврилюк С. В. \_\_\_\_\_

Луцьк – 2025

## ЗМІСТ

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП.....                                                                                        | 3  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦИФРОВОГО ЕТИКЕТУ.....                                                | 7  |
| 1.1. Поняття цифрового етикету та його еволюція. ....                                             | 7  |
| 1.2. Особливості цифрового етикету у різних культурах. ....                                       | 11 |
| РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО ЦИФРОВОГО ЕТИКЕТУ ТА ЇХ ДОТРИМАННЯ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ..... | 17 |
| 2.1. Вимоги до цифрового етикету у діловому світі .....                                           | 17 |
| 2.2. Основні порушення цифрового етикету у діловому світі .....                                   | 24 |
| 2.3. Рекомендації щодо дотримання цифрового етикету в бізнесі .....                               | 29 |
| РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО ЕТИКЕТУ В БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ НЕЗАЛЕЖНОЇ УКРАЇНИ.....      | 34 |
| ВИСНОВКИ .....                                                                                    | 45 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....                                                                  | 48 |

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Роль цифрового етикету в сучасному бізнес-середовищі є важливою у зв'язку із постійним зростанням онлайн-комунікацій, які стали невід'ємною частиною професійної діяльності. Сучасний бізнес дедалі більше орієнтується на віртуальні платформи для взаємодії з клієнтами, партнерами та співробітниками. У цьому вимірі цифровий етикет допомагає налагодити коректну, ефективну та етичну комунікацію, що сприяє покращенню робочих відносин і підвищенню продуктивності. Порухення етикету може призвести до непорозумінь, зниження рівня довіри і навіть до негативних наслідків для репутації компанії.

З розвитком нових технологій, зокрема, штучного інтелекту і віртуальних платформ для онлайн-зустрічей, правила цифрового етикету стають ще більш важливими для збереження професіоналізму у бізнес-спілкуванні. Зокрема, зростає потреба в чітких і зрозумілих комунікаційних нормах щодо електронних листів, повідомлень у чатах та відеоконференцій. Усі ці платформи вимагають врахування особливостей взаємодії в цифровому середовищі, де важливими є не лише зміст повідомлення, а й манера його подачі, коректність мови та час, коли інформація надсилається.

Актуальність дослідження цієї теми зумовлена необхідністю адаптації бізнес-процесів до нових реалій цифрового середовища. Відсутність чітко встановлених норм і правил може призвести до виникнення комунікаційних проблем, зокрема через неухважність до культурних відмінностей або ігнорування правил безпеки та конфіденційності. Водночас формування грамотних практик цифрового етикету дозволяє бізнесу ефективно взаємодіяти на міжнародному рівні та підвищувати свою конкурентоспроможність і довіру з боку клієнтів.

Особливо це актуально для України, яка інтегрується у глобальний цифровий простір і активно розвиває цифрову економіку. У сучасних умовах війни та посиленої міжнародної співпраці дотримання цифрового етикету стає

не лише питанням іміджу, а й безпеки. Українські компанії все частіше виходять на зовнішній ринок, що потребує відповідності міжнародним стандартам ділового спілкування. Тому формування культури цифрової комунікації є важливим чинником сталого розвитку українського бізнесу та його подальшої інтеграції у світове економічне середовище.

**Мета дослідження** – проаналізувати роль цифрового етикету у сучасному бізнес-середовищі.

Для досягнення означеної мети автором дослідження поставлено наступні **завдання**:

- вивчити сутність поняття та еволюцію цифрового етикету;
- дослідити особливості цифрового етикету у різних культурах;
- визначити вимоги до цифрового етикету у сучасному світі;
- проаналізувати основні порушення цифрового етикету у діловому середовищі;
- сформулювати рекомендації щодо дотримання цифрового етикету в бізнесі;
- окреслити перспективи розвитку цифрового етикету у бізнес-середовищі незалежної України.

*Об'єктом дослідження* є цифровий етикет у сучасному бізнес-середовищі.

*Предметом дослідження* є роль цифрового етикету у сучасному бізнес-середовищі.

**Стан наукової розробки проблеми.** Проблема теоретичних основ цифрового етикету розкрита у працях І. Конюкової та Є. Сидоровської [16], В. Мірошніченко [21], С. Мозгової [23-24], О. Проценко та С. Чмихун [28] та ін. У цих роботах вчені досліджують сутність поняття «цифровий етикет», аналізують його еволюцію та особливості у діловому середовищі. Тема основних вимог до цифрового етикету та їх дотримання у бізнес-середовищі досліджувалась О. Глебовою та В. Кравченко [8], І. Дишкант [10], М. Логвиненко [19], Л. Ремньовою та Т. Забаштанською [29] та ін. Зазначені

вчені у наукових публікаціях на цю тему розглядають основні вимоги до цифрової комунікації, визначають приклади порушень цифрового етикету. Незважаючи на значний масив праць, що присвячені темі дослідження, недостатньо висвітленою на сьогодні залишається проблема перспектив розвитку цифрового етикету у бізнес-середовищі незалежної України, що зумовлює актуальність аналізу цієї проблеми у наукових колах нашої держави.

При дослідженні теми цифрового етикету в бізнес-середовищі були використані **методи** аналізу та синтезу, індукції та дедукції, порівняльного аналізу та узагальнення. Метод аналізу та синтезу допоміг розглянути окремі аспекти цифрового етикету, а потім об'єднати їх для створення комплексного уявлення про його роль у бізнес-комунікаціях. За допомогою індукції та дедукції було досліджено, як конкретні випадки взаємодії в цифровому середовищі можна впливати на загальні принципи етикету, а також як теоретичні підходи можуть бути використані на практиці. Порівняльний аналіз дозволив виявити різниці в підходах до цифрового етикету в різних країнах і галузях, що сприяло кращому розумінню його глобальних тенденцій. Узагальнення результатів допомогло сформулювати висновки, що мають практичну цінність для розвитку цифрового етикету в бізнес-середовищі.

**Наукова новизна дослідження** полягає у ґрунтовному аналізі цифрового етикету у вимірі бізнес-середовища незалежної України, зокрема вивченні його специфіки, основних принципів та тенденцій розвитку. У роботі досліджено взаємозв'язок між цифровими технологіями та етичними нормами комунікації, а також виявлено важливі напрями адаптації цифрового етикету до умов швидких змін у бізнес-комунікаціях.

**Практичне значення дослідження** полягає у можливості застосування результатів дослідження для покращення бізнес-комунікацій у цифровому середовищі, зокрема при розробці рекомендацій для українських компаній щодо впровадження ефективних практик цифрового етикету. Одержані висновки можуть бути використані для розробки тренінгів та програм навчання для співробітників компаній, що дозволить підвищити рівень

професіоналізму в онлайн-взаємодії та сприяти зміцненню цифрової репутації організацій.

**Апробація результатів дослідження.** Матеріали дослідження були представлені на IV Всеукраїнській науково-практичній конференції аспірантів і студентів «Україна у світовому просторі: минуле і сучасність». м. Луцьк, 29 квітня 2025 року.

**Публікації.** Результати бакалаврської роботи опубліковані у формі тез: Гриневич А., Разиграєв О. В. Роль цифрового етикету у сучасному діловому світі. *Україна у світовому просторі: минуле і сучасність*: матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. студ. та аспір. м. Луцьк, 29 квіт. 2025 р. Луцьк, 2025. С. 101–104 [9].

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЦИФРОВОГО ЕТИКЕТУ

#### 1.1. Поняття цифрового етикету та його еволюція.

Цифровий етикет – це сукупність норм і правил поведінки у цифровому середовищі, які регулюють комунікацію, обмін інформацією та взаємодію між користувачами на різних онлайн-платформах: у соціальних мережах, месенджерах, електронній пошті, на форумах тощо. Його формування тісно пов'язане з розвитком цифрових технологій і є відповіддю на реалії інформаційного суспільства та нові формати спілкування [34].

Дотримання норм цифрового етикету є важливим для ефективної організації освітнього процесу, забезпечення успішного викладання, якісного сприйняття інформації та комфортної взаємодії між учасниками навчання. Як невід'ємна частина цифрового громадянства, воно відіграє ключову роль у формуванні навичок позитивної комунікації, емпатії та побудови тривалих стосунків за допомогою цифрових технологій [23].

Українські науковці визначають вісім основних принципів, які складають фундамент цифрового етикету: проявлення позитивного ставлення, дотримання субординації, забезпечення симетрії у взаємодії, повага до особистих меж, зручність, економне використання ресурсів, орієнтація на традиції, а також дотримання принципів конвенційності та безпеки [40, с. 5802].

Цифровий етикет є сучасною формою ділового етикету, що виникла завдяки активному розвитку технологій та формуванню глобальної мережевої інфраструктури. Дослідження показують, що еволюція цифрового етикету відповідає процесу становлення нового соціального порядку і цифрової культури, які відіграють роль регулятивного та смислового елемента мережевого суспільства. У XXI столітті цифровий етикет стає невід'ємною складовою комунікативної культури, встановлюючи ціннісні орієнтири та правила для учасників мережових взаємодій на різних рівнях. У третьому

десятилітті XXI століття цифрове спілкування вже стало невід’ємною частиною ділового середовища, а цифровий етикет – ключовим елементом ділової комунікації, який визначає якість і ефективність різноманітних комунікативних процесів [16, с. 26].

Історичні передумови цифрового етикету пов’язані з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій і трансформацією способів людської взаємодії. З появою Інтернету у 1980–1990-х роках сформувалася нова форма комунікації, яка відрізнялася швидкістю, глобальністю та анонімністю. У цей період користувачі вперше зіткнулися з необхідністю дотримання певних правил поведінки в мережі, зокрема на форумах, у чатах та електронній пошті.

Подальший розвиток технологій, таких як соціальні мережі, мобільні додатки та відеоконференції, сприяв ускладненню цифрового середовища та появі нових викликів. Анонімність Інтернету часто провокувала порушення етичних норм, що зумовило потребу у створенні чітких стандартів взаємодії. Водночас принципи традиційного етикету почали адаптуватися до онлайн-комунікації, зокрема щодо поваги до співрозмовника, точності інформації та захисту особистих даних.

Паралельно з розвитком цифрових технологій виникли організації та спільноти, які почали розробляти рекомендації з належної поведінки в мережі. Так, популярні поняття, як-от «нетикет» (мережевий етикет), закріпили основні правила спілкування в цифровому просторі, які з часом еволюціонували у сучасний цифровий етикет. Його виникнення пов’язують із публікацією книги Вірджинії Ши *«Нетикет»* у 1994 році, в якій вперше систематизовано правила поведінки в мережі. У книзі було подано 10 рекомендацій щодо коректної поведінки в кіберпросторі. Хоча нетикет був новаторським і сприяв покращенню онлайн-комунікації, він мав і певні недоліки. Основна проблема полягала у відсутності немовних компонентів у спілкуванні: через текстовий формат втрачалася можливість невербальної комунікації, а весь змістовний аспект взаємодії передавався виключно

словами. Для подолання цього недоліку з'явилися піктограми, які передавали емоції за допомогою букв, цифр і розділових знаків. Вони частково вирішили проблему відсутності невербального спілкування у цифровому середовищі [24, с. 180].

У деяких роботах, присвячених морально-етичній нормативності, зустрічається поняття «мережевий етикет», яке визначає правила поведінки користувачів у процесі електронного листування та відображає рівень їхньої грамотності. Це скоріше стратегія листування, різновид епістолярного жанру, що формує моделі поведінки під час переписки. Як самостійне явище, мережевий етикет привернув увагу дослідників досить давно. Однак, порівняно з ним, цифровий етикет має значно ширший зміст. Він функціонує як регулятор культурних норм спілкування у візуальному просторі, забезпечуючи обмін інформацією між користувачами як у вербальній, так і невербальній формах [28, с. 110].

Адаптація традиційного етикету до цифрового середовища – це процес, що вимагає врахування сучасних технологій і нових форм комунікації. Основною ідеєю є збереження поваги, ввічливості та культурності в онлайн-спілкуванні, навіть за умов анонімності чи віртуальної взаємодії.

Цифровий етикет у діловому контексті є важливим елементом професійної комунікації, оскільки він визначає правила взаємодії у віртуальному просторі. Однією з ключових особливостей є дотримання формальності у спілкуванні. Електронні листи, повідомлення у месенджерах або дописи у соціальних мережах мають бути чіткими, ввічливими та професійними. Наприклад, використання відповідних привітань, підписів і правильного тону є обов'язковим.

Одним із найважливіших аспектів є зміщення акценту на швидкість і доступність комунікації. Якщо раніше письмове спілкування через листи чи офіційні документи було формальним і займало час, то сьогодні повідомлення в месенджерах чи електронній пошті стали основою для більшості взаємодій. Це скоротило дистанцію між людьми, але водночас породило нові виклики,

зокрема необхідність збереження чіткості й ввічливості навіть у найкоротших повідомленнях.

У цифровому середовищі важливо зберігати уважність до співрозмовників. Наприклад, як у традиційній бесіді ми не перебиваємо один одного, так і в чатах слід уникати одночасної відправки численних повідомлень, що може створити відчуття нав'язливості. Пауза між репліками показує повагу до часу іншого.

Також варто зважати на те, що письмовий текст позбавлений емоційної інтонації. Для передачі настрою доречно використовувати емодзі чи уточнювати, якщо певна фраза може бути сприйнята двозначно. Це аналогічно до того, як у живому спілкуванні ми підсилюємо слова мімікою та жестами.

Ще одним важливим аспектом є дотримання приватності. У традиційному спілкуванні ми не поширюємо чужі секрети чи особисті історії, і в цифровому середовищі слід уникати пересилання чужих повідомлень чи фото без дозволу. Цифровий простір потребує навіть більшої обережності, адже інформація тут легко стає загальнодоступною. Конфіденційність у цифровому просторі насамперед стосується захисту інформації, яку користувачі залишають у мережі.

Професор права Джеррі Кан визначає три ключові аспекти конфіденційності: фізичний простір, який має бути захищеним від небажаного втручання; свобода ухвалення особистих рішень, як це продемонстровано у знаковій судовій справі «Роу проти Вейда»; безпека особистої інформації, що охоплює питання збору, зберігання та використання даних про користувачів. Ці аспекти підкреслюють багатогранність конфіденційності у цифровому середовищі та важливість її дотримання [40, с. 5803].

Нарешті, повага до часу інших — ключовий елемент етикету. Відправка повідомлень у зручний для всіх час (особливо у робочих чи навчальних чатах) є сучасним аналогом дотримання часового етикету в офлайн-зустрічах.

Інтернет-простір переповнений недостовірною інформацією, серед якої особливу роль відіграють візуальні образи. Вони використовуються як для

підсилення текстових фейкових повідомлень, порад, пліток чи квазісенсацій, так і як самостійний контент. Варто зазначити, що культура зображень значно спрощує вплив на свідомість людей, формуючи їхні інформаційні та споживацькі пріоритети. Допоміжна графіка в такому середовищі нерідко виходить за рамки другорядного елементу, набуваючи самостійного значення і часом перевершуючи, а то й витісняючи вербальний текст [13, с. 52].

Отже, цифровий етикет є важливою складовою сучасної комунікації, що охоплює правила поведінки користувачів у віртуальному середовищі. Його становлення відбувалося поступово, у відповідь на стрімкий розвиток цифрових технологій і зростання ролі онлайн-взаємодії. Сучасний цифровий етикет формує культуру поведінки в інтернеті, сприяє ефективному, етичному та безпечному спілкуванню. Цифровий етикет охоплює не лише технічні, а й морально-етичні аспекти взаємодії у цифровому просторі. З огляду на глобалізацію та зростання міжнародних контактів, дотримання цифрового етикету стає обов'язковим елементом успішного особистого та професійного спілкування. Таким чином, еволюція цифрового етикету відображає зміни в суспільстві та необхідність нових форм взаєморозуміння.

## 1.2. Особливості цифрового етикету у різних культурах.

Цифровий етикет у різних культурах має свої особливості, що зумовлені національними традиціями, менталітетом та рівнем розвитку цифрової грамотності. Те, що в одній країні вважається нормою онлайн-спілкування, в іншій може сприйматися як недоречне або навіть образливе. Розуміння культурних відмінностей у цифровій комунікації є важливим для ефективної міжнародної взаємодії.

У сучасному професійному середовищі комунікативні навички відіграють ключову роль у формуванні компетентного фахівця. Ефективне спілкування з колегами, клієнтами та партнерами сприяє професійному розвитку й досягненню успіху. Здатність володіти різними комунікативними інструментами дозволяє спеціалісту реалізовувати поставлені цілі та

зміцнювати свої позиції на ринку праці. В епоху стрімкого розвитку цифрових технологій важливим показником професіоналізму стає високий рівень комунікативної культури. Як зазначає В. Мірошніченко, цифрові платформи є новітнім каналом комунікації, що базується на використанні інтернету, сучасних інформаційно-комунікаційних технологій і соціальних мереж для зміцнення культурних зв'язків. Ці платформи відрізняються від традиційних форм комунікації розширеним доступом до інформації, більш активною взаємодією між користувачами та підвищеною прозорістю процесів [21, с. 172].

У найширшому розумінні міжкультурна комунікація – це процес взаємодії осіб, які представляють різні культури та мають відмінні мови, моделі поведінки, цінності, традиції й звичаї. Поведінка кожного учасника такої комунікації визначається його належністю до певної мовної, соціальної та культурної спільноти. Під час спілкування людина водночас виступає як особистість, член соціальної групи, представник національної культури та людства загалом. У її свідомості поєднуються індивідуальні, соціальні, національні та універсальні знання, що в сукупності формують міжкультурну компетентність. Ці знання охоплюють не лише мовні аспекти, а й уявлення про контекст комунікації, соціальні й культурні норми, а також специфіку взаємодії з партнерами. У процесі спілкування ці знання застосовуються як свідомо, так і несвідомо. При цьому міжкультурна комунікація, подібно до будь-якої соціальної взаємодії, має певні цілі, досягнення яких визначає її успішність, а ключову роль у цьому процесі відіграє рівень міжкультурної компетентності учасників [17, с. 82].

Сучасні аналітичні інструменти дають змогу аналізувати комунікаційні моделі, виявляти можливі перешкоди у спілкуванні та формувати ефективні стратегії їх подолання. Особливої ваги набуває створення цифрових портфоліо міжкультурних компетентностей, до яких можуть входити приклади вдалого міжкультурного спілкування, рефлексивні записи, а також відгуки представників різних культур. Такий підхід сприяє більш усвідомленому і

цілеспрямованому вдосконаленню навичок мультикультурної взаємодії. Варто підкреслити, що цифрові технології не лише забезпечують платформу для міжкультурної комунікації, а й формують нову цифрову культуру зі своїми характерними рисами, нормами та правилами. Усвідомлення цих особливостей є невід'ємною частиною розвитку сучасної міжкультурної компетентності [36, с. 348].

Розвиток цифрової грамотності має ключове значення як основа для ефективної міжкультурної комунікації в онлайн-середовищі. Цей вид грамотності є комплексом знань, умінь і навичок, які дозволяють людині впевнено діяти в цифровому просторі з урахуванням культурного різноманіття. На початковому рівні цифрова грамотність включає опанування технічними аспектами використання цифрових засобів спілкування – від навичок роботи з різними онлайн-платформами до розуміння їх функціональних можливостей для міжкультурного діалогу, що також охоплює вміння налаштовувати мову інтерфейсу, застосовувати інструменти автоматичного перекладу, контролювати параметри конфіденційності та безпеки, а також створювати та обмінюватися цифровим контентом у різноманітних форматах [37, с. 76].

У сучасному глобалізованому світі онлайн-спілкування зробило можливим легкий контакт між людьми з різними культурними та етнічними коренями. Проте взаємодія між представниками різних культур іноді може спричиняти непорозуміння й плутанину. Культурні особливості впливають на сприйняття повідомлень, мовленнєві форми та способи вираження емоцій. Через відсутність невербальних елементів, які відіграють важливу роль у спілкуванні наживо, взаєморозуміння в онлайн-середовищі може ускладнюватися [42].

Онлайн-спілкування зблизило людей як ніколи раніше – сьогодні достатньо лише одного кліку, щоб зв'язатися з представниками різних націй, мов і культур. Проте важливо усвідомлювати, що культурні відмінності можуть спричинити неправильне тлумачення слів і дій під час віртуального

спілкування. Однією з найпоширеніших форм культурних відмінностей є мова. Навіть коли співрозмовники володіють однією мовою, вони можуть використовувати різні ідіоми, сленг чи вирази, які інша сторона може хибно зрозуміти. Наприклад, фраза «Let's touch base», поширена в США як заклик до встановлення контакту, у Великобританії може асоціюватися з фізичним дотиком. Гумор – ще один приклад культурної розбіжності. Те, що є дотепним для представників однієї культури, може здатися образливим іншим. Наприклад, сарказм, типовий для західних країн, може бути не зовсім доречним у східноазіатських культурах, де надзвичайно важливими є стриманість і ввічливість.

Варто також враховувати різницю в сприйнятті часу. У деяких культурах пунктуальність є обов'язковою нормою, а запізнення розцінюється як неповага. Натомість в інших культурах гнучкість щодо часу вважається цілком нормальною, і навіть надто ранній прихід може сприйматися як неделікатність. Не менш значущими є і відмінності в невербальному спілкуванні – жестах, міміці, інтонації. Наприклад, у деяких культурах прямий зоровий контакт демонструє повагу, тоді як в інших він може здаватися агресивним або зухвалим. Урахування цих культурних особливостей під час онлайн-спілкування сприятиме уникненню непорозумінь та допоможе встановити довірливі й гармонійні взаємини [42].

Глобальне ділове спілкування часто передбачає взаємодію між представниками культур із різними нормами та традиціями. Ці особливості також проявляються у цифровому просторі. Наприклад, стиль написання електронних листів може значно відрізнятися в залежності від культури. У той час як американські фахівці схильні переходити до неформального тону після першого контакту, у японській діловій культурі заведено дотримуватися формального стилю постійно.

Електронна пошта є основою професійного спілкування. Приклад Пола, менеджера з маркетингу з Чикаго, добре це ілюструє. Він співпрацював із новим партнером у Токіо. Після офіційного знайомства електронною поштою,

Пол почав писати у більш невимушеній формі, використовуючи гумор. Проте реакція японських колег поступово зменшувалась. Порадившись із колегою, який мав досвід співпраці з Японією, Пол дізнався, що в японській діловій культурі важливо зберігати формальний тон у листуванні. Після повернення до більш офіційного стилю комунікація значно покращилась [41].

Із розвитком дистанційної роботи віртуальні зустрічі стали звичним явищем. Під час таких зустрічей важливо дотримуватися основних правил: з'являтися вчасно, виглядати професійно, вимикати мікрофон, коли не говорите, а також пам'ятати, що невербальна комунікація має не менше значення, ніж усна.

Сара, керівник ІТ-проектів із Нью-Йорка, працювала з міжнародною командою. Під час однієї з перших онлайн-зустрічей вона помітила, що один із членів команди з Індії завжди тримав камеру вимкненою. Замість того щоб зробити поспішні висновки, Сара вирішила обговорити це з ним особисто. Виявилося, що його робоче місце було шумним і переповненим, тому він вимикав камеру, щоб не відволікати інших. Зрозумівши ситуацію, Сара допомогла знайти рішення, яке було зручним для всієї команди.

Соціальні мережі можуть бути потужним інструментом бізнес-комунікації, якщо використовувати їх обачно. Лаура бренд-менеджер великої косметичної компанії, переконалась у цьому на власному досвіді. Вона опублікувала рекламну кампанію з моделями, які демонстрували нову серію губної помади під час традиційного свята в одній із близькосхідних країн. Хоча кампанія отримала позитивну реакцію в багатьох регіонах, у цій країні вона спричинила негативне ставлення. Причиною стало те, що реклама була сприйнята як недоречна комерціалізація релігійного свята. Після цього випадку команда Лаури запровадила процес ретельного аналізу контенту з урахуванням культурних особливостей кожного ринку, щоб уникати подібних помилок у майбутньому [41].

Отож, цифровий етикет відіграє важливу роль у міжкультурному спілкуванні, оскільки норми онлайн-взаємодії можуть суттєво відрізнятися

залежно від культурного контексту. Наприклад, рівень формальності в електронних листах, прийнятність гумору чи способи вираження емоцій суттєво варіюються в різних країнах. Нерозуміння цих відмінностей може призвести до комунікативних бар'єрів або непорозумінь. Успішна цифрова взаємодія вимагає чутливості до культурних норм, поваги до різноманіття та готовності адаптувати власний стиль спілкування. Важливо також враховувати невербальні елементи цифрової комунікації, зокрема, емодзі, візуальний контент чи навіть тиша. Загалом, усвідомлення культурних особливостей цифрового етикету сприяє ефективнішому, етичному й гармонійному онлайн-спілкуванню.

## РОЗДІЛ 2

### ОСНОВНІ ВИМОГИ ДО ЦИФРОВОГО ЕТИКЕТУ ТА ЇХ ДОТРИМАННЯ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

#### 2.1. Вимоги до цифрового етикету у діловому світі

У сучасному глобалізованому світі цифрове спілкування стало невід’ємною частиною міжкультурної взаємодії. Проте кожна культура має власні уявлення про допустимі норми поведінки в онлайн-середовищі, що зумовлює необхідність розуміння особливостей цифрового етикету. Усвідомлення цих відмінностей є інструментом для налагодження ефективного й шанобливого спілкування між представниками різних культур.

Сучасні цифрові технології створюють міцну основу для формування, розвитку та реалізації бізнес-процесів у компаніях, які спрямовані на цифрову трансформацію. Інструменти цифрових комунікацій допомагають виконувати важливі концептуальні та практичні бізнес-завдання. Важливо зауважити, що успішне виконання таких операцій неможливе без ефективної системи цифрових комунікацій, яка регулюватиме, контролюватиме та стимулюватиме обмін цифровою інформацією в онлайн-середовищі. Зокрема, сучасні цифрові комунікації (англ. «digital communication») являють собою персоналізовану та цілеспрямовану онлайн-взаємодію бізнес-організації з ключовими споживачами інформаційного контенту, що реалізується через використання різноманітних інформаційних технологій комунікації [8, с. 6].

Переваги цифрових комунікацій порівняно з фізичними включають: швидкість обміну інформацією, зручність використання, можливість ефективної взаємодії через поєднання усних та письмових форм комунікацій, опцію відтермінування відповіді, легкість відтворення інформації, створення віртуальних спільнот за інтересами, а також відсутність територіальних та просторових обмежень. Однак, недоліки цифрових комунікацій порівняно з фізичними включають: необхідність володіння певними навичками та вміннями, потребу в фінансових вкладеннях на програмне забезпечення, ризик

маніпулювання фактами та спотворення інформації, можливість інформаційного перевантаження, а також залежність якості комунікаційних мереж від стану комп'ютерної техніки. Тому для бізнес-організацій, які використовують цифрові комунікації для взаємодії з ключовими споживачами контенту, важливо мати сучасне технологічне обладнання.

Швидкий ритм сучасного життя та постійна комунікація в Інтернеті змінили уявлення про цифрову взаємодію. Виникає потреба чітко розмежовувати особисте й публічне в соцмережах, вміти грамотно формулювати листи, щоб бути почутим, а також знати, чи доречно надсилати голосові повідомлення у робочий час. У центрі всього має бути повага до співрозмовника, яка проявляється через пунктуальність, стриманість, тактовність і ввічливість. Уміння делікатно відповісти або ввічливо відмовити – це не ознака слабкості, а прояв дипломатичності.

Оскільки Інтернет передбачає активну взаємодію користувачів, важливим стає дотримання мовленнєвої культури як частини цифрового етикету. У писемному онлайн-спілкуванні варто використовувати легкі для читання шрифти, уникати чергування великих і малих літер у словах, не зловживати емодзі, «CAPS LOCK» (що може виражати агресію), писати з розділенням слів і без надлишкових знаків пунктуації, як-от багаторазових «!», «?», або «»). У коментарях часто нехтують деякими граматичними правилами, зокрема щодо вживання лапок чи крапки з комою, але в офіційній електронній комунікації це вважається свідченням низької мовної та загальної культури [10, с. 154].

Культура етикету в комунікації сформувалася як результат багатовікового культурного добору норм і правил, які виявилися найбільш ефективними для налагодження успішних ділових взаємин. Аналогічні механізми лежать в основі виникнення та розвитку цифрового етикету. Йдеться про вплив історичної пам'яті, ціннісного відбору, використання символічних засобів, гармонійне поєднання духовного і матеріального, осмислення людських взаємин та регуляцію їхніх форм. Цифровий етикет

також є відображенням засвоєння людиною світу, суспільства й самої себе через призму цінностей і культурних практик [30, с. 51].

У письмовій діловій комунікації, особливо в діловому листуванні, яке є основним засобом швидкого інформаційного обміну між організаціями, цифровий етикет проявляється у відповідній формі та змісті повідомлень, зокрема у формулах звернення, що слугують для привернення уваги адресата та встановлення з ним контакту. У сучасному цифровому середовищі активно використовується ділове листування через електронну пошту, месенджери та соціальні мережі, кожен із яких має свої специфічні норми етикету. Так, електронна пошта вважається найбільш ввічливим та надійним способом встановлення ділового контакту. У месенджерах (наприклад, Viber, Facebook Messenger, Telegram) порушенням цифрового етикету вважаються фрагментовані повідомлення замість одного чіткого, голосові повідомлення без попередньої згоди, занадто короткі або нечіткі фрази, а також надмірне чи недоречне використання емодзі (хоча іноді доречно підібрані смайли можуть пом'якшити тон і розрядити напругу в спілкуванні). Короткі відповіді доцільно супроводжувати емоційними маркерами, аби уникнути двозначності. У соціальних мережах переважає взаємодія через коментарі, позначки вподобань і перегляд стрічки новин, тоді як особисте листування трапляється рідше, а відкриття соціальних мереж у робочий час у багатьох серйозних організаціях сприймається як порушення професійного етикету [16, с. 27].

Бурхливий розвиток бізнес-комунікацій у цифровому середовищі, особливо під впливом глобальної пандемії COVID-19, продемонстрував потребу не лише в урахуванні існуючих форм взаємодії, а й у виокремленні синхронної та асинхронної комунікації. Це, своєю чергою, зумовлює необхідність формування та дотримання нових етичних стандартів усіма учасниками комунікаційного процесу. Адже сприйняття вербальної й невербальної інформації суттєво різниться в онлайн- і офлайн-форматах. У цьому контексті одним із ключових чинників сучасної цифрової культури в умовах гібридної бізнес-комунікації є дотримання принципів екологічності

спілкування та коректної поведінки у віртуальному просторі. Варто пам'ятати, що будь-яка активність у медіапросторі – дописи, коментарі, відгуки, позначки вподобань чи навіть інформація, доступна лише за посиланням або через репости – залишає «цифровий слід». Цей слід може як покращити цифрову репутацію компанії, так і серйозно її зашкодити. Саме тому зростає відповідальність як керівництва, так і всіх працівників за дотримання принципів фактчекінгу, уникнення дезінформації та формування якісного цифрового контенту у внутрішніх і зовнішніх комунікаційних каналах. Окрім того, важливою стає етична свідомість працівників щодо того, яка поведінка є прийнятною в цифровій комунікації, а яка – ні [29, с. 34].

Сучасні реалії ведення бізнесу спонукають учасників ринку активно освоювати цифровий простір, що, у свою чергу, вимагає впровадження ефективних digital-інструментів для маркетингових комунікацій. У зв'язку з глобальним впливом цифрових технологій, зазнає суттєвих змін і комунікаційна політика компаній. Наукові дослідження свідчать про зростаючу роль соціальних мереж як важливого каналу постійної взаємодії між ринковими суб'єктами в умовах цифрової трансформації. Водночас підвищується значущість інструментів, які забезпечують ефективну маркетингову взаємодію. Сьогодні кожен суб'єкт підприємницької діяльності має майже необмежені можливості для здійснення пошуку, купівлі, продажу та інших операцій у соціальних мережах.

У процесі цифрової маркетингової комунікації постає необхідність дотримання певних етичних норм. Це, зокрема, стосується того, як продавець передає інформацію своїм клієнтам. Для забезпечення належної етичної поведінки в цифровому маркетинговому середовищі доцільним є використання принципів цифрового етикету, що базуються на аналізі розвитку відповідних норм та маркетингових потреб. Серед таких принципів – бути обізнаним у темі спілкування, уникати надсилання повідомлень у пізній час, чітко представитися та за можливості перевести спілкування в офлайн-

формат. Дотримання цих правил сприяє збереженню етичного підходу в цифровій взаємодії з клієнтами [15, с. 82].

Перехід до цифрових форматів бізнес-комунікацій дійсно вимагає нового рівня усвідомлення етичних стандартів та зростання відповідальності з боку всіх учасників комунікаційного процесу. У цифровому просторі інформація здатна дуже швидко поширюватися і змінювати свій контекст, що зумовлює потребу у дотриманні принципів точності, достовірності й коректності під час створення та поширення контенту.

Слід також враховувати, що цифрова комунікація має свої особливості порівняно з традиційним офлайн-спілкуванням, зокрема у передачі інформації та вираженні емоцій. У цифровому середовищі складніше розпізнати інтонацію, неочікувані зміни у відповідях або вловити невербальні сигнали. У зв'язку з цим важливо уважно ставитися до контексту спілкування, формулювати свої думки чітко та однозначно.

Етичних норм варто дотримуватись не лише під час зовнішніх контактів із клієнтами чи партнерами, але й у внутрішній комунікації між колегами. Хоча електронна пошта та робочі месенджери є зручними засобами взаємодії, вони також можуть стати джерелом конфліктів або платформою для поширення неправдивої інформації, якщо не дотримуватись відповідної комунікативної етики [2].

У діяльності сучасних підприємств виділяють два основні підходи до організації цифрових комунікацій: виокремлення цифрових комунікацій як окремого напрямку в рамках бізнес-процесів підприємства та інтеграція цифрових комунікацій із маркетинговим департаментом [14, с. 42]. Обидва підходи мають свої сильні та слабкі сторони і обираються підприємствами з урахуванням їхніх специфічних потреб. Для більшості торгових підприємств оптимальним є другий підхід, що передбачає інтеграцію цифрових комунікацій у маркетингові стратегії.

Цифрові комунікації не суперечать теоретичним основам маркетингу, хоча й використовують спеціальні інструменти маркетинг-міксу. Тому

недоцільно створювати два окремі департаменти та плани діяльності, один з яких відповідає за офлайн, а інший – за онлайн комунікації. Споживачі не проводять чітку межу між цими двома напрямками, що для рекламодавця означає необхідність синхронізації періодів рекламної активності підприємств. У підсумку маркетингова мета як традиційних, так і цифрових комунікацій залишається однаковою – інформування споживачів про продукти та послуги компанії, створення лояльності, що призводить до вигідної угоди для обох сторін: задоволення потреб покупця та отримання прибутку підприємством [26, с. 71].

Серед порад, які варто використовувати при спілкуванні в Інтернеті, можна виокремити такі:

Використовуйте відповідну мову та тон. Так само, як у живій бесіді, під час цифрового спілкування важливо обирати ввічливі та коректні вирази. Уникайте використання великих літер або надмірної пунктуації, адже це може виглядати як агресія або різкість. Також звертайте увагу на тон і уникайте сарказму чи гумору, що може бути неправильно зрозумілим.

Поважайте час і увагу інших. Важливо пам'ятати про розклад і навантаження людей, з якими ви спілкуєтесь. Уникайте надсилання зайвих або незначних повідомлень, а також контролюйте частоту та час спілкування. Крім того, під час відеодзвінків чи інших онлайн-зустрічей не займайтеся багатозадачністю та не перевіряйте телефон.

Захищайте конфіденційність і безпеку. Під час цифрового спілкування слід бути уважним до конфіденційної інформації. Не діліться особистими чи секретними даними без дозволу і будьте обережні при натисканні на незнайомі посилання чи завантаженні вкладень. Крім того, застосовуйте надійні паролі та інші заходи безпеки для захисту своєї цифрової ідентичності.

Пам'ятайте про культурні відмінності. Враховуючи глобалізацію, ми все частіше маємо справу з людьми різних культур. Під час цифрового спілкування важливо звертати увагу на відмінності в стилях комунікації та

очікуваннях. Варто докладніше дізнатися про культурні норми і відповідно коригувати свій стиль спілкування.

Дотримуйтеся етикету при використанні електронної пошти. Оскільки електронна пошта є однією з найпоширеніших форм цифрового спілкування, важливо дотримуватися етикету, щоб не перевантажувати або не дратувати одержувачів. Використовуйте чіткі й лаконічні теми листів і уникайте надсилання зайвих або надто довгих електронних листів. Обов'язково перевіряйте листи на помилки перед відправленням.

Будьте ввічливими в соціальних мережах. Соціальні мережі можуть бути потужним інструментом для комунікації, але важливо використовувати їх відповідально та з повагою. Уникайте публікації провокаційного чи образливого контенту та поважайте думки і переконання інших. Також не забувайте налаштовувати конфіденційність своїх профілів у соціальних мережах і не поширюйте особисту інформацію, яка може поставити вас або інших у небезпеку [39].

Отже, цифровий етикет у діловому світі є важливим елементом, що забезпечує ефективну і етичну комунікацію в умовах цифрової трансформації. Основні вимоги включають дотримання коректності та поваги до співрозмовників, уважність до часу (уникати надмірних або пізніх повідомлень), а також чіткість і точність у передачі інформації. Важливим аспектом є також врахування виміру комунікації, оскільки віртуальні платформи часто не передають емоційних та невербальних сигналів, що можуть бути важливими для правильного сприйняття повідомлень. Підприємства повинні приділяти увагу не тільки зовнішнім комунікаціям з клієнтами, а й внутрішнім – щоб уникнути поширення фейкової інформації та конфліктів. Виконання цих вимог допомагає забезпечити зростання цифрової репутації компанії та ефективну взаємодію з усіма учасниками бізнес-процесів.

## 2.2. Основні порушення цифрового етикету у діловому світі

Цифровий етикет у сучасному бізнес-середовищі стає важливим аспектом ефективної комунікації та підтримки професійних відносин. Дотримання етичних норм у цифрових комунікаціях допомагає уникнути непорозумінь і забезпечити взаємоповагу між учасниками процесу, сприяючи досягненню спільних цілей.

У діловому світі часто зустрічаються порушення цифрового етикету, які можуть вплинути на якість комунікації та ділових відносин. Одним із найпоширеніших є ігнорування відповідей на повідомлення або затримка з відповіддю без пояснення причин, що створює враження байдужості або неповаги до співрозмовника. Ще одним важливим порушенням є використання неформального стилю спілкування у невідповідному контексті, наприклад, занадто дружнього тону чи скорочень у ділових листах.

Також етична дилема проявляється у формуванні «віртуальної особистості» – образу, який людина створює онлайн, іноді далекого від її реального «я». Ця різниця може сприяти розвитку стереотипів або ускладнювати побудову автентичного спілкування. У такому контексті цифровий етикет постає інструментом, який допомагає знайти баланс між самопрезентацією та чесністю.

Інтерактивність Інтернету, яка забезпечує постійну взаємодію між його користувачами, робить питання культури мови як складової частини нетикету надзвичайно важливими. У писемному інтернет-спілкуванні необхідно дотримуватися певних формальних правил. Зокрема, важливо обирати шрифти, які зручні для читання, уникати хаотичного змішування великих і малих літер у тексті (наприклад, «У МеНе ТаКа САМа») та не перевантажувати повідомлення надмірною кількістю емодзі. Крім того, використання тексту, написаного великими літерами («Я НЕ МОЖУ З ТОБОЮ РОЗМОВЛЯТИ»), може сприйматися як агресія, а надмірне вживання знаків оклику, питань чи дужок (наприклад, «Привіт!!!!!!!!!!!!Як справи??????У мене все добре))))))))))» робить повідомлення неприйнятним з

точки зору мовного етикету. Також варто уникати безперервного написання тексту без пробілів, що ускладнює сприйняття. Обмежене використання таких знаків, як лапки чи крапка з комою, є характерною рисою неформального стилю спілкування в мережі. Однак в офіційній електронній комунікації використання інтернет-сленгу або орфографічні й пунктуаційні помилки свідчать про низький рівень мовної культури. Дотримання мовних норм у діловому спілкуванні є обов'язковою умовою для демонстрації поваги до співрозмовника та збереження професійного рівня комунікації [10, с. 154].

Телефонний дзвінок – це найближчий щабель комунікації, який належить до найбільш особистих способів зв'язку, проте не завжди є зручним. Під час дзвінка співрозмовник позбавляється можливості обдумати ситуацію, зважити рішення чи знайти правильні слова, адже відповідь очікується миттєво. Крім того, дзвінок може стати недоречним, якщо людина перебуває на зустрічі, за кермом або в іншій незручній ситуації. Ще однією проблемою є те, що багато людей ігнорують дзвінки з незнайомих номерів. Якщо дзвінок залишився без відповіді, варто надіслати повідомлення, в якому людина представиться, коротко пояснить причину звернення і запропонує узгодити зручний час для розмови. Використовуючи різні канали комунікації, важливо пам'ятати, що кожен із них дає різний час для реакції. У разі відсутності відповіді в цифрових каналах комунікації дзвінок є цілком допустимим способом зв'язку [5].

Також часто трапляється надсилання повідомлень у неробочий час без нагальної потреби, що може порушувати баланс між роботою та особистим життям. Відправлення електронних листів або повідомлень з великою кількістю граматичних помилок або без чіткого формулювання думок вважається недбалістю, що знижує рівень довіри. Ще одним помітним порушенням є масове розсилання інформації без дозволу чи попередження, що може сприйматися як нав'язливість. Нарешті, недостатня увага до конфіденційності, наприклад, розголошення особистої або корпоративної інформації, може завдати шкоди репутації.

Деякі психологи та експерти з цифрових комунікацій вважають, що не слід заповнювати робочі чати відео, мемами чи стікерами. Однак наприкінці періоду самокарантину цей підхід перестав бути актуальним. Надсилання жартів і емодзі в чатах стало розумною ідеєю, оскільки позитивний настрій не зашкодить, навіть коли люди відчують брак спілкування. Це також стосується, наприклад, відеоконференцій на платформі Zoom. Під час таких нарад учасники часто відчують стрес: спочатку вони звертають увагу на себе на екрані, потім постійно думають про те, як виглядають у відеодзвінках, а також через затримки в трансляції можуть здаватися перевантаженими відсутністю негайної реакції. Тому психологи почали наголошувати на тому, що не всі зустрічі повинні проходити у форматі відеозв'язку, і це правило було переглянуто під час пандемії [2].

Основна проблема також полягає в тому, що об'єкти, розміщені в Інтернет-просторі, часто залишаються без належного захисту. Несанкціоноване завантаження таких матеріалів порушує чинне законодавство у сфері авторського права та суміжних прав. Оскільки процес завантаження цифрових файлів є надзвичайно простим, незаконне копіювання контенту стало серйозною проблемою, яка призводить до значних фінансових втрат для правовласників [19, с. 23].

Ще одним важливим аспектом є форматування повідомлень. Використання зрозумілих і чітких шрифтів, коротких абзаців і правильних розділових знаків полегшує сприйняття інформації. Надмірне використання капс-локу чи надлишкових емодзі може бути сприйнято як ознака агресії чи неформальності, що може негативно вплинути на відносини з клієнтами або колегами. Тому важливо зберігати ввічливість і формальність навіть у цифровому середовищі.

Особливу увагу варто приділяти етикету під час онлайн-зустрічей. Професійний вигляд, налаштування камери та мікрофона, дотримання часу і порядку денного є обов'язковими для успішного проведення відеоконференцій. Під час таких зустрічей важливо уникати відволікань, таких

як перегляд мобільного телефону чи перебування у шумному середовищі, оскільки це може вплинути на ефективність обговорення.

Етикетна комунікація в сучасному цифровому середовищі здійснюється за допомогою різних засобів: вербальних (мовні форми, такі як привітання, прощання, побажання, вибачення тощо), паралінгвістичних (інтонація, темп і гучність мовлення), кінетичних (жести, міміка), а також символічно-знакових (одяг, предмети, атрибути). При цьому проксемічний аспект (наприклад, виділення почесного місця для гостя чи дотримання стандартних дистанцій у спілкуванні) отримує нові прояви, зумовлені особливостями взаємодії в офлайн та онлайн форматах [16, с. 29].

Не менш важливим є врахування культурних і міжкультурних особливостей у цифровому етикеті, оскільки ділове спілкування часто виходить за межі однієї країни. Різні культури можуть мати свої специфічні вимоги до форми та змісту комунікації, що вимагає від бізнесменів гнучкості і поваги до традицій і норм інших народів.

Дефіцит цифрової грамотності та обізнаності про етичні норми є однією з основних проблем сучасного суспільства в умовах швидкого розвитку технологій. Багато людей, активно користуючись Інтернетом, не мають достатніх знань про безпечну поведінку в цифровому середовищі, що робить їх вразливими до кіберзагроз, шахрайства чи дезінформації. Невміння критично оцінювати інформацію, розуміти принципи конфіденційності або правильно користуватися інструментами захисту даних створює ризики як для особистої безпеки, так і для суспільного життя.

Мова ворожнечі (англ. *hatespeech*, дослівно «мова ненависті», або хейтспіч) – це використання агресивних висловлювань, які принижують або дискредитують людину чи групу осіб за такими ознаками, як раса (расизм), релігія, стать (сексизм) або сексуальна орієнтація (гомо-, бі-, трансфобія). Згідно з визначенням Комітету міністрів Ради Європи, мова ворожнечі охоплює всі форми вираження, які сприяють поширенню, підбурюванню, підтримці або виправданню ненависті на основі расової, етнічної, релігійної

чи іншої нетерпимості, що також включає прояви радикального націоналізму, етноцентризму, дискримінації та ворожого ставлення до меншин, мігрантів або іммігрантів [22]. У цифровому спілкуванні важливо дотримуватися етичних норм і поваги до співрозмовників, тому хейтспіч, тролінг та інші форми агресивної поведінки категорично заборонені.

Така поведінка не лише порушує загальні принципи комунікації, але й створює токсичне середовище, яке шкодить конструктивному діалогу та взаєморозумінню. Дотримання цих принципів сприяє формуванню здорової культури взаємодії в цифровому просторі.

Анонімність у мережі значно впливає на поведінку користувачів, створюючи як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, вона дає змогу людям вільніше висловлювати свої думки, зокрема щодо чутливих чи табуйованих тем, захищаючи їх від переслідувань або осуду. Ідея анонімності знайома практично кожному, хто коли-небудь користувався соціальними мережами, залишав коментарі на форумах, робив покупки онлайн чи читав статті в Інтернеті. Ба більше, це поняття зрозуміле навіть тим, хто ніколи не користувався комп'ютерами або не заходить в Інтернет регулярно.

Причина цього проста: анонімність не є чимось новим для людства. Її корені можна знайти у концепціях приватної власності, які сформувалися ще в XVII столітті, а також у праві на приватне життя, яке стало ключовим у XIX столітті. У США право на недоторканність приватного життя було визначено як право залишатися наодинці. Сьогодні це поняття еволюціонувало й тісно пов'язане з тим, як ми розуміємо анонімність у сучасному цифровому світі [18].

Такий простір особливо важливий для активістів, журналістів чи представників вразливих груп, які можуть зазнати дискримінації в реальному житті. З іншого боку, анонімність часто призводить до безвідповідальності у спілкуванні. Відсутність персональної ідентифікації може заохочувати до хейтспічу, тролінгу та інших форм агресивної поведінки, адже люди відчувають меншу ймовірність реальних наслідків за свої дії.

Цифровий етикет у сучасному діловому середовищі є важливим інструментом для забезпечення ефективної та професійної комунікації. З розвитком технологій та збільшенням використання цифрових платформ у бізнесі, правила етикету в електронному спілкуванні набувають нової ваги. Вони визначають не лише те, як правильно вести переписку, а й як створювати позитивне враження про себе та компанію. Використання чітких, коректних і ввічливих виразів, дотримання професійного тону і часу відповіді є основними принципами успішної цифрової комунікації. Правила ввічливості, дотримання конфіденційності та уникання агресії є основою для створення продуктивного та приємного цифрового середовища [12, с. 62].

Отже, основні порушення цифрового етикету у діловому світі включають надмірну швидкість відповіді на повідомлення, ігнорування важливих деталей або контексту, а також використання непрофесійної мови чи тону в комунікаціях. Часто зустрічаються випадки відправлення повідомлень у неприязному або агресивному стилі, що може призвести до конфліктів або непорозумінь. Іншим порушенням є ігнорування принципів конфіденційності та безпеки, особливо при обміні чутливою інформацією. Важливими є також порушення щодо часу, наприклад, надсилання повідомлень в неробочий час або без попереднього погодження з колегами. Усі ці порушення можуть негативно вплинути на імідж організації, сформувати негативне враження про співрозмовника у партнерів і клієнтів. Дотримання цифрового етикету є необхідним для збереження професіоналізму та успішної взаємодії в бізнес-середовищі.

### 2.3. Рекомендації щодо дотримання цифрового етикету в бізнесі

Цифровий етикет став важливим елементом сучасної комунікації, особливо в бізнес-середовищі, де правильне використання технологій може значно впливати на ефективність взаємодії. Умови цифрової трансформації вимагають від учасників комунікаційної діяльності дотримання етичних норм, щоб уникнути непорозумінь та зберегти професіоналізм. Правила цифрового

етикету дозволяють створювати комфортне і продуктивне середовище для взаємодії в онлайн-просторі.

Так, цифровий етикет є важливою складовою взаємодії в онлайн-просторі, адже він допомагає створити сприятливу атмосферу для комунікації. Одним з основних принципів є ввічливість і повага до співрозмовника. Це означає, що варто дотримуватись дружнього тону, не використовувати образливих виразів і поважати думку інших учасників дискусії. Залишаючи коментарі чи відповіді на повідомлення, потрібно зберігати ввічливість навіть у випадку розбіжностей.

Чіткість і точність у повідомленнях є ще одним важливим аспектом цифрового етикету. Усе, що ми пишемо в інтернеті, має бути зрозумілим і лаконічним. Надмірно довгі чи заплутані повідомлення можуть викликати непорозуміння. Важливо уникати двозначностей і формулювати думки так, щоб вони були легко сприйняті одержувачем, що є вкрай важливим у професійних листах і робочих переписках, де кожне слово має значення.

Своєчасність відповіді та використання коректної мови і грамотність також є важливими складовими цифрового етикету. Відповідати на запити варто вчасно, щоб не затягувати комунікацію та не створювати враження недбалості. Крім того, важливо використовувати грамотну мову, адже помилки в написанні можуть вплинути на сприйняття вашого повідомлення. Уникання спаму та надмірної активності є ще одним ключовим аспектом, оскільки надмірна кількість непотрібних повідомлень або спам може дратувати співрозмовників і навіть призвести до блокування або ігнорування.

Дотримання цифрового етикету вимагає поваги до часу інших людей, тому варто уникати надмірних або непотрібних повідомлень. Надсилання занадто часто або в невідповідний час може стати причиною незручностей і навіть негативно вплинути на ефективність комунікації. Завжди необхідно оцінювати важливість і доцільність кожного повідомлення, щоб не перевантажувати співрозмовника інформацією, що не має значення.

Використання професійної мови та стилю спілкування є важливим аспектом цифрового етикету, особливо в офіційному або робочому контексті. Завжди варто дотримуватись належного тону, бути коректним і уникати неформальних виразів у випадках, коли ситуація цього не передбачає. Правильне використання мови також включає граматичну точність, оскільки це демонструє ваш рівень професіоналізму та поваги до співрозмовника.

Враховання контексту і часу доби є важливими при надсиланні повідомлень. Краще утриматись від відправлення важливих запитів або повідомлень пізно ввечері чи вночі, якщо це не є терміновим. Більш того, варто враховувати часові пояси співрозмовників, особливо якщо ви спілкуєтесь із людьми з інших країн. Крім того, важливо забезпечувати конфіденційність і захист даних у процесі комунікації, використовувати надійні канали зв'язку і не поширювати чутливу інформацію без необхідності.

Цифровий етикет у бізнесі має особливе значення, оскільки електронна комунікація є основним способом взаємодії з колегами, клієнтами та партнерами. Важливо дотримуватись етики в електронних листах, повідомленнях у чатах і соціальних мережах, адже непрофесійна поведінка може негативно вплинути на репутацію компанії. Варто чітко формулювати свої думки, уникати надмірних або неумісних повідомлень, а також дотримуватися ввічливості і коректності у всіх формах комунікації.

Правила ведення ділових переговорів у форматі відеоконференції та онлайн-зустрічі потребують уваги до декількох важливих аспектів. По-перше, важливо обирати відповідне місце для відеозустрічей, яке не відволікає увагу і має професійний вигляд. По-друге, необхідно звертати увагу на технічні аспекти: перевіряти підключення до інтернету, мікрофони та камери перед початком зустрічі. Крім того, під час відеоконференції слід бути уважним до тону голосу, мови тіла та активно слухати співрозмовника, що створює атмосферу поваги та ефективної комунікації.

Створення та підтримка професійного іміджу в цифровому середовищі є не менш важливим. Важливо підтримувати коректність і послідовність у

вашій онлайн-активності, чи то у соціальних мережах, чи в професійних платформах, наприклад, LinkedIn. Ретельно вибирайте, що публікувати, та враховуйте, що інформація, яку ви поширюєте, може залишатися в мережі на тривалий час. Професійний імідж також включає своєчасні та виважені відповіді на повідомлення, вміння правильно реагувати на критику і створення атмосфери довіри та взаємоповаги в усіх ваших цифрових взаємодіях.

Перспективи розвитку цифрового етикету безпосередньо пов'язані з розвитком нових технологій, зокрема, штучним інтелектом (ШІ) та віртуальною реальністю (VR), які значно змінюють спосіб, у який ми взаємодіємо в цифровому середовищі. ШІ вже сьогодні використовується для автоматизації відповідей на електронні листи та повідомлення, аналізу тональності спілкування та надання рекомендацій з покращення комунікації. Віртуальна реальність відкриває нові можливості для проведення зустрічей, де учасники можуть бути представлені в цифрових аватарах, що зменшує бар'єри між віддаленими колегами та партнерами, проте також і формує нові проблеми у сфері забезпечення етики та збереження особистої гідності в інтернет-середовищі.

Водночас швидкий розвиток технологій створює труднощі для розвитку корпоративної культури. Постійні цифрові трансформації вимагають адаптації існуючих норм і правил етикету. Наприклад, в умовах гібридних робочих моделей співробітники та керівництво досить часто має балансувати між особистим і професійним життям, що вимагає нових стандартів комунікації. Важливим аспектом є також забезпечення психоемоційного благополуччя співробітників у цифровому середовищі, оскільки відсутність особистого контакту і перманентна онлайн-присутність можуть призводити до вигорання та зниження продуктивності.

Однією із основних проблем для корпоративної культури є також інтеграція етики до процесів цифрової трансформації. Компанії повинні розробляти нові стратегії використання технологій, зокрема у напрямі конфіденційності даних, захисту особистої інформації та підтримки

професіоналізму в умовах постійного зміщення меж між роботою та особистим життям, що потребує розвитку етичних стандартів для штучного інтелекту та віртуальних середовищ, а також нових підходів до навчання та підвищення кваліфікації співробітників з цифрового етикету для підтримки здорової і продуктивної корпоративної атмосфери.

Отже, цифровий етикет є важливим компонентом сучасної комунікації, особливо в бізнес-середовищі, де правильне використання технологій забезпечує ефективну та професійну взаємодію. Дотримання основних принципів, зокрема, ввічливості, чіткості і своєчасності відповіді, створює комфортне середовище для продуктивної комунікації. Крім того, важливими є правила, що стосуються професійного стилю, коректності мови та врахування часу доби при відправленні повідомлень. Цифровий етикет не лише сприяє ефективності роботи, а й підтримує професійний імідж та репутацію компанії. Врахування нових технологій, зокрема, штучного інтелекту і віртуальної реальності, вимагає адаптації етичних норм і підтримки високих стандартів взаємодії у цифровому середовищі.

### **РОЗДІЛ 3**

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО ЕТИКЕТУ В БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ НЕЗАЛЕЖНОЇ УКРАЇНИ**

Перспективи розвитку цифрового етикету в бізнес-середовищі незалежної України тісно пов'язані з адаптацією сучасних технологій до корпоративної культури та взаємодії між учасниками ринку. В умовах цифрової трансформації важливість етики у комунікаціях набуває нових вимірів, що потребує врахування як національних особливостей, так і міжнародних стандартів.

Необхідність розробки нових правил цифрового етикету обумовлена динамічним розвитком технологій та змінами у способах комунікації, які вони зумовлюють. Сучасний цифровий простір значно відрізняється від того, який існував ще кілька років тому: нові платформи, штучний інтелект, віртуальна реальність і масове використання соціальних мереж створюють безпрецедентні виклики для взаємодії між людьми.

Керівні органи Європейського Союзу поступово підвищували вимоги до цифрових компетенцій. У рекомендаціях Ради ЄС щодо ключових компетенцій для навчання впродовж життя від 18 травня 2018 року було більш детально визначено зміст цифрових компетенцій. Вони включають інформаційну грамотність, навички цифрової комунікації та співпраці, медіаграмотність, уміння створювати цифровий контент (зокрема програмування), питання безпеки (включаючи цифровий комфорт і кібербезпеку), знання про інтелектуальну власність, навички розв'язання проблем і критичне мислення. В Україні лише останнім часом фахівці та експерти почали акцентувати увагу на актуальності такого поняття, як цифровий комфорт або добробут (wellbeing), який стає неможливим без чіткого визначення та застосування принципів цифрового етикету [43].

Державна підтримка розвитку цифрових компетентностей населення має включати створення необхідних умов і актуалізацію потреб у розвитку

цифрових навичок та цінностей через систему стимулів та обов'язкових заходів. Для цього важливо вирішити проблеми інфраструктури та технічного забезпечення. Подолання цифрового розриву між міськими та сільськими районами, забезпечення високої якості Інтернет-зв'язку по всій території України, а також створення центрів, що надають допомогу у використанні онлайн-послуг з участю громадських організацій, волонтерів, соціальних служб і комунальних установ (наприклад, бібліотек чи музеїв), допоможуть у розвитку цифрових компетентностей серед різних верств населення, незалежно від віку чи матеріального становища.

Адміністративно-економічна підтримка підприємств щодо впровадження ІКТ та створення нових робочих місць може бути посилена примусовими заходами, зокрема, шляхом встановлення вимог щодо фінансування підвищення кваліфікації та розвитку цифрової грамотності працівників за рахунок підприємств. Також важливим є залучення та використання фахівців певних професій з відповідними цифровими навичками, що підтверджуються конкретними формами сертифікації [33, с. 203].

Однією з ключових причин є розширення меж онлайн-комунікації. Сьогодні люди спілкуються не лише в особистих месенджерах чи електронній пошті, але й у коментарях, форумах, багатокористувацьких платформах і навіть у метасвітах, що вимагає більш чіткого регулювання поведінки, яка має залишатися ввічливою і відповідальною, навіть у нових форматах.

Іншим важливим аспектом є питання етики в умовах розмиття приватності. Використання особистих даних, поширення дезінформації та кібертравля стають звичайними проблемами цифрової комунікації. Нові правила мають враховувати ці аспекти, створюючи чіткі межі для захисту особистого простору та запобігання шкідливій поведінці.

Крім того, різноманітність аудиторії, яка спілкується у глобальному цифровому середовищі, потребує врахування міжкультурних аспектів. Норми спілкування, прийнятні в одній культурі, можуть виглядати образливими або

недоречними в іншій. Нові правила мають допомагати уникати таких непорозумінь і сприяти взаємоповазі.

Швидкість змін у технологіях також впливає на те, як люди сприймають інформацію. Надлишок даних і миттєвий доступ до контенту часто провокують поспішні, необдумані дії. Нові норми цифрового етикету повинні заохочувати обачність і розважливість, щоб уникати негативних наслідків імпульсивного поширення інформації.

В умовах глобалізації вдосконалення цифрового етикету потребує комплексного підходу, який враховує різноманітність культур, технологічний прогрес і необхідність ефективного спілкування. Перш за все, важливо забезпечити гармонізацію міжнародних стандартів цифрової поведінки. Це передбачає створення загальноприйнятих принципів, які б регулювали основні аспекти спілкування в цифрових середовищах, такі як етичність, повага до приватності та уникнення мовної дискримінації.

Цифрова культура базується на діяльності людини, яка розробляє та інтегрує інформаційно-комунікаційні технології в повсякденне життя. Ф. Вебстер також підкреслював цю особливість. Критикуючи прихильників технологічного детермінізму, які ставлять інформаційні технології на перший план, він зауважував, що така точка зору ґрунтується на перекрученому розумінні факторів соціальних змін. Вебстер відзначав, що ключ до цих змін слід шукати не поза соціальними зв'язками. Технології не повинні розглядатися як автономна сила, яка окремо змінює суспільство, адже їх вплив завжди є частиною соціальних оцінок і думок [44, с. 372].

Перехід на цифровий формат не лише значно збільшує обсяг інформації та розширює коло користувачів, але й спричиняє певні труднощі. Цифрові технології через механізм зворотного зв'язку впливають як на індивіда, так і на суспільство, в якому він живе. Однією з основних проблем сучасності є феномен віртуальної залежності, коли людина, занурюючись у віртуальний простір, знайомиться з новим інформаційним середовищем, що дозволяє їй самореалізуватися в іншій якості. Кіберпростір починає витісняти реальну

дійсність, і під його впливом людина втрачає свободу волі, ставши об'єктом маніпуляцій. Іншою проблемою є «цифрова нерівність» – соціальна несправедливість, що виникає не лише через різницю в доступі до інформаційних і комунікаційних технологій, а й через соціальну поляризацію, яка залежить від нерівномірного розподілу доходів, отриманих від використання цифрових технологій [38].

Сьогодні ми спостерігаємо за формуванням нових рівнів соціальної диференціації, які визначаються навичками роботи в цифровому середовищі та ефективністю використання інформації для досягнення певних цілей. Соціальний статус індивіда залежить від його рівня цифрової культури. Вплив цифрової культури на свідомість людей змінює їхню поведінку та світогляд. Цю особливість активно використовують у сучасних гібридних війнах, які полягають у перерозподілі ролей учасників політичного процесу на глобальному чи регіональному рівні шляхом інформаційно-психологічного та економічного тиску на противника [7, с. 4].

Освітні ініціативи відіграють ключову роль у формуванні цифрової культури, оскільки вони сприяють поширенню знань і навичок, необхідних для комфортного та безпечного існування в цифровому середовищі. З огляду на швидкий розвиток технологій, освітні проєкти допомагають людям адаптуватися до нових реалій, розвивати критичне мислення та відповідальне ставлення до цифрових технологій.

Сучасні програми освіти інтегрують цифрову грамотність на різних рівнях, від початкової школи до професійного навчання дорослих. Це включає навчання основам роботи з інформацією, розвиток навичок аналізу цифрових даних і усвідомлення наслідків поширення інформації у мережі. Зокрема, уроки з медіаграмотності допомагають учням розпізнавати маніпуляції чи дезінформацію, що є важливим аспектом цифрової культури.

Додаткову роль відіграють ініціативи, спрямовані на формування етики взаємодії в цифровому середовищі. Навчальні проєкти акцентують увагу на дотриманні правил онлайн-комунікації, повазі до особистого простору та

уникненні кібербулінгу. Такі ініціативи не лише забезпечують комфортну взаємодію, але й формують цінності взаємоповаги та толерантності.

Також значущими є програми для підвищення професійної кваліфікації, які допомагають працівникам різних сфер інтегрувати цифрові інструменти у свою діяльність.

Серед дорослих користувачів ефективним засобом є створення інформаційних кампаній у соціальних мережах, орієнтованих на різні вікові групи. Наприклад, короткі відео, інфографіка та історії з реального життя можуть ілюструвати наслідки порушення цифрового етикету або переваги його дотримання. Для професійних аудиторій, зокрема працівників компаній, корисним буде проведення корпоративних тренінгів і розробка внутрішніх рекомендацій щодо етичного спілкування в робочих чатах, електронній пошті та на онлайн-зустрічах.

Для старшого покоління важливо створити доступні матеріали, що пояснюють принципи цифрового етикету. Такі матеріали можуть включати покрокові інструкції з використання сучасних платформ і поради щодо ввічливого спілкування онлайн. Особливу увагу варто приділити навчальним програмам, які проводяться у вигляді курсів або семінарів у місцевих громадах чи бібліотеках.

Серед перспективних шляхів розвитку цифрового етикету у бізнес-середовищі незалежної України можна виокремити наступні напрями (рис. 3.1).

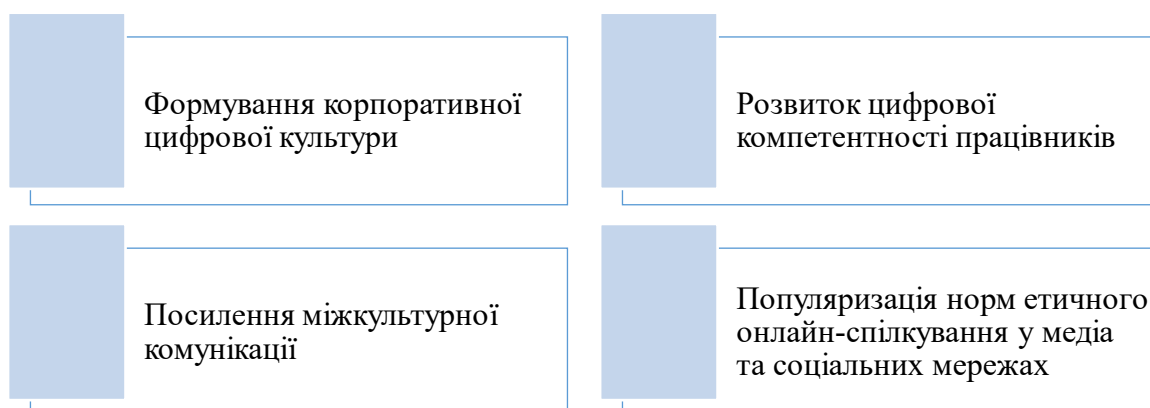


Рис. 3.1 – Перспективні шляхи розвитку цифрового етикету у бізнес-середовищі незалежної України

Джерело: створено автором

Отож, розглянемо кожен із напрямів більш детально.

Під «цифровою» корпоративною культурою персоналу мається на увазі система заходів, спрямованих на швидке й ефективне пристосування працівників до цифрових технологій, що є необхідним для стабільної роботи підприємства в умовах пандемії.

Для того щоб ефективно керувати підприємством у нових реаліях, керівництву та фахівцям з управління персоналом слід сформувати таку цифрову корпоративну культуру, яка сприятиме розумінню працівниками важливості впровадження інновацій. Насамперед потрібно забезпечити широке інформування персоналу про переваги цифровізації, використовувати приклади успішного світового досвіду. Крім того, доцільно організовувати тематичні семінари, інструктажі та інші освітні заходи [25, с. 158].

Корпоративна культура, яка включає основні цінності, переконання та правила поведінки організації, має значний вплив на добробут працівників. Різноманітні дослідження свідчать, що ефективна організаційна культура, що охоплює залученість, адаптивність, узгодженість і місію, позитивно

позначається на нефінансових показниках і добробуті співробітників. Культура, яка зосереджує увагу на командній роботі та взаємній підтримці, зміцнює зв'язки між колегами, що, в свою чергу, підвищує задоволеність роботою та почуття причетності. Окрім цього, корпоративна культура опосередковано сприяє покращенню добробуту працівників через вплив на управлінські рішення та формування політики організації [11, с. 46].

Для того, щоб підприємства могли ефективно функціонувати у сучасних умовах, необхідна максимальна результативність співробітників. «Цифрова» корпоративна культура передбачає швидкий зворотний зв'язок, що, в свою чергу, сприяє оперативному прийняттю управлінських рішень. Налагоджена система прийняття рішень безпосередньо впливає на загальну ефективність роботи підприємства. Тому в умовах кризи українським підприємствам важливо особливо зосередитися на процесі адаптації працівників до нових умов виконання їхніх функціональних обов'язків [25, с. 159].

Формування цифрової компетентності серед потенційних і працюючих працівників передбачає їх наближення та адаптацію до міжнародних стандартів. В Європейському Союзі вже розроблено керівництво щодо цифрових компетенцій для громадян, яке включає п'ять основних компетенцій, кожній з яких відповідають певні цифрові навички. Науковці вважають, що рівень цифрової компетентності буде визначати конкурентоспроможність працівників на ринку праці в найближчі десятиліття, а вміння ефективно використовувати цифрові технології стане однією з ключових вимог роботодавців. Опанування цифрових компетенцій передбачає вісім рівнів, від найпростіших до найскладніших [3, с. 99].

Цифрові навички людського капіталу повинні формуватися на трьох рівнях:

1. Вищий рівень – навички управління цифровою економікою та цифровим підприємництвом: здатність визначати нові можливості для бізнесу, розробляти нові бізнес-моделі, шукати інноваційні способи ведення бізнесу, а також вміння впроваджувати інновації та управляти змінами.

2. Середній рівень – цифрові спеціалізовані навички: навички, що необхідні для досліджень, розробки, проєктування, стратегічного планування, управління, виробництва, консалтингу, маркетингу, продажу, інтеграції, встановлення, адміністрування, підтримки та обслуговування програмного забезпечення та ІКТ-систем.

3. Низовий рівень – навички цифрових користувачів: цифрова грамотність та навички, необхідні для ефективного використання засобів, систем та пристроїв ІКТ, зокрема Інтернету, додатків, базового та вдосконаленого програмного забезпечення, а також спеціалізованих інструментів, що підтримують конкретні бізнес-функції [27, с. 17].

Цифрова компетентність є комплексною здатністю особистості, що включає знання, вміння, досвід, цінності та ставлення. Вона займає ключову роль у системі професійних і загальних компетентностей, становить основу для професійного розвитку сучасного фахівця в будь-якій сфері діяльності [1, с. 47].

Важливим напрямом удосконалення цифрового етикету є також і розвиток міжкультурної комунікації. За словами Ф. Бацевича, сучасна глобалізація часто сприймається як позитивне явище, оскільки люди з різних культурних середовищ привносять унікальні погляди в робоче середовище. Проте, на думку вченого, міжкультурний досвід в межах одного офісу може також викликати певні труднощі. Різні культурні групи мають свої особливості в поведінці, правилах комунікації, цінностях, а навіть трудова етика може суттєво відрізнятися. Наприклад, в різних культурах однаково можуть по-різному трактувати мову тіла: у одних культурах прямий зоровий контакт вважається позитивним, а в інших – негативним, що може призвести до непорозумінь та підкреслює важливість ефективної міжкультурної комунікації [4, с. 67].

За словами О.В. Сніговської, добре розвинені навички міжкультурного спілкування є необхідними для запобігання конфліктів і непорозумінь або, принаймні, можуть допомогти знизити їх наслідки, якщо вони вже виникли.

Способи взаємодії людей та побудова стосунків на робочому місці можуть значно впливати на міжкультурне спілкування, що, у свою чергу, позначається на ефективності бізнесу загалом. Різноманітний культурний склад працівників може стати великим активом для компанії, проте робоче середовище повинно підтримувати культурні відмінності та поважати культурні бар'єри, щоб забезпечити ефективну роботу організації [32, с. 5].

Для тих, хто бажає покращити свої комунікативні навички в міжкультурному середовищі, ефективними можуть бути кілька підходів. По-перше, керівникам міжкультурних організацій та бізнесів доцільно організувати тренінги чи курси для працівників, щоб вони могли ознайомитися з особливостями міжкультурного спілкування, що може стати корисним заходом на рівні організації, зокрема навчання нових співробітників, щоб вони могли ефективно комунікувати в межах корпоративної політики та культурних традицій колег. Навичкам комунікації можна навчити заздалегідь, а якщо організація планує набирати людей з різних культурних середовищ, це навчання може стати частиною адаптації нових працівників.

Також важливо заохочувати взаємодію між співробітниками. Спілкування один на один на робочому місці зазвичай є неминучим, і людям корисно практикувати активне слухання своїх колег. Здатність помічати культурні відмінності у співрозмовника та у себе є важливим інструментом для ефективної комунікації. Якщо працівники можуть виявити спільні риси, незважаючи на культурні різниці, це сприяє розвитку почуття приналежності та товариськості серед колективу. Багато аспектів комунікації в компанії залежить від прикладів, які подає керівництво. Це означає, що погані практики спілкування з підлеглими можуть негативно впливати на модель ділового спілкування в організації [6, с. 132].

Вільний доступ до Інтернету та можливість спілкування людей з різних континентів, культур та релігійних поглядів сприяє, з одного боку, культурному прогресу, а з іншого – впливає на мову, вносячи численні

запозичення і новоутворення. Лінгвісти відзначають появу нових термінів з нетиповим синтаксисом, таких як інтернет-видання, інтернет-газета, інтернет-журналіст, інтернет-преса, інтернет-агенція, інтернет-ЗМІ, інтернет-спільнота, інтернет-сленг та інші, що є типовими для інтернет-середовища, що підкреслює важливість віртуалізації цієї частини соціального життя [30, с. 46].

Віртуальне спілкування значно розширює комунікативні можливості сучасних людей. Однак така форма взаємодії має і негативні аспекти, адже користувачі, що ховаються за нікнеймами, іноді порушують культурні, етичні та естетичні норми. Крім того, Інтернет слугує важливим майданчиком для застосування різноманітних стратегій пропаганди та колективного впливу [20, с. 13].

Синтаксичні конструкції в соціальних мережах відрізняються лаконічною структурою, оскільки інформація в них передається максимально стиснуто. Через це в мовленні користувачів соціальних мереж переважають прості речення. Таким чином, соціальні мережі вплинули на розвиток української мови, адже з'явилися нові запозичення, які інколи набули граматичних категорій української мови. Також варто відзначити появу нових виразів, які активно використовує молодь як у соціальних мережах, так і в реальному житті. З'явилися нові скорочення та вигуки, які поступово переходять з віртуального світу у реальну комунікацію. Особливо варто зазначити домінування розмовного стилю в соціальних мережах, що робить спілкування більш спонтанним, неформальним, стислим і експресивним [35, с. 219].

Популяризація етичного спілкування у медіа та соціальних мережах є вкрай важливою, оскільки дотримання норм етикету сприяє збереженню здорової комунікаційної атмосфери, запобігає поширенню дезінформації, маніпуляцій та ненависті. Цифрова етика також допомагає підтримувати взаємну повагу серед користувачів, формує конструктивний діалог і сприяє розвитку відкритості та толерантності в онлайн-середовищі.

Таким чином, перспективи розвитку цифрового етикету в бізнес-середовищі незалежної України мають значний потенціал, оскільки цифрова трансформація стає невід'ємною частиною корпоративної культури. Зростаюча популярність онлайн-комунікацій вимагає адаптації етикету до нових умов, що включає правила поведінки в електронних листах, соціальних мережах та відеоконференціях. Важливим напрямом є розвиток етики у сфері захисту персональних даних та приватності, що сприяє зміцненню довіри між підприємствами та їх клієнтами. Український бізнес потребує навчання та підвищення обізнаності працівників щодо цифрових стандартів, щоб уникнути непорозумінь і конфліктів.

## ВИСНОВКИ

Цифровий етикет є невід’ємною частиною сучасної комунікації, що визначає правила поведінки у віртуальному середовищі. Його формування відбувалося поступово — у відповідь на швидкий розвиток цифрових технологій та зростання значущості онлайн-спілкування. Сьогодні цифровий етикет відіграє ключову роль у формуванні культури поведінки в інтернеті, забезпечуючи ефективну, етичну та безпечну взаємодію. Цифровий етикет охоплює не лише технічні аспекти, а й морально-етичні норми цифрової взаємодії. В умовах глобалізації та зростання ролі міжнародних зв’язків дотримання цифрового етикету стає необхідною умовою успішного особистого й професійного спілкування. Отже, розвиток цифрового етикету відображає суспільні трансформації та потребу в нових підходах до взаєморозуміння у цифровому середовищі.

Цифровий етикет має важливе значення в міжкультурному спілкуванні, оскільки правила онлайн-взаємодії можуть значно відрізнятися в залежності від культурних особливостей. Наприклад, рівень формальності в електронних листах, використання гумору чи вираження емоцій можуть бути різними в різних країнах. Нерозуміння таких відмінностей може призвести до комунікаційних проблем або непорозумінь. Для успішної цифрової взаємодії необхідно враховувати культурні норми, проявляти повагу до різноманіття та бути готовим коригувати свій стиль спілкування. Важливо також звертати увагу на невербальні аспекти цифрової комунікації, зокрема, емодзі, візуальні елементи або навіть паузи в спілкуванні. У підсумку розуміння культурних особливостей цифрового етикету сприяє більш ефективному, етичному та гармонійному онлайн-спілкуванню.

Цифровий етикет у діловому середовищі є ключовим фактором для забезпечення ефективної та етичної комунікації в умовах цифрової трансформації. Основні принципи включають дотримання поваги і

коректності під час спілкування, уважність до часу (уникання надмірних або пізніх повідомлень) і точність у передачі інформації. Окрему увагу слід приділяти також аспекту комунікації, оскільки віртуальні платформи не завжди передають емоційні та невербальні сигнали, що можуть бути важливими для адекватного сприйняття повідомлень. Для підприємств важливо зосереджувати увагу не тільки на зовнішній комунікації з клієнтами, але й на внутрішній, щоб запобігти поширенню фейкової інформації та конфліктів. Дотримання цих принципів допомагає покращити цифрову репутацію компанії та забезпечити ефективну взаємодію з усіма учасниками бізнес-процесів.

Основні порушення цифрового етикету в діловому світі включають надмірну поспішність при відповіді на повідомлення, нехтування важливими деталями або контекстом, а також використання неприязного чи непрофесійного тону в комунікаціях. Часто трапляються випадки, коли повідомлення надсилаються у агресивному або неприязному стилі, що може призвести до непорозумінь або конфліктів. Іншим порушенням є нехтування принципами конфіденційності та безпеки, особливо при обміні чутливою інформацією. Також важливим є порушення щодо часу, наприклад, надсилання повідомлень у неробочий час без попереднього погодження з колегами. Усі ці порушення можуть негативно вплинути на репутацію організації, створюючи негативне враження про співрозмовника серед партнерів і клієнтів. Дотримання цифрового етикету є ключовим для збереження професіоналізму та ефективної взаємодії в бізнес-середовищі.

Цифровий етикет є важливим елементом сучасної комунікації, особливо в бізнес-середовищі, де правильне застосування технологій забезпечує ефективну та професійну взаємодію. Дотримання основних принципів, як-от ввічливість, чіткість і своєчасність відповіді, створює комфортне середовище для продуктивного спілкування. Крім того, необхідно враховувати правила, що стосуються професійного стилю, коректності мови та часу доби при відправці повідомлень. Цифровий етикет не тільки сприяє підвищенню

ефективності роботи, але й підтримує професійний імідж та репутацію компанії. Оскільки нові технології, зокрема, штучний інтелект і віртуальна реальність, стають частиною комунікацій, виникає потреба в адаптації етичних норм і підтримці високих стандартів взаємодії в цифровому середовищі.

Перспективи розвитку цифрового етикету в бізнес-середовищі незалежної України мають значний потенціал, оскільки цифрова трансформація стає важливою складовою корпоративної культури. Зростання популярності онлайн-комунікацій вимагає адаптації етикету до нових умов, що охоплює правила поведінки в електронних листах, соціальних мережах та відеоконференціях. Одним з ключових напрямків є розвиток етики у сфері захисту персональних даних та приватності, що сприяє зміцненню довіри між підприємствами та їх клієнтами. Український бізнес потребує системного навчання і підвищення обізнаності працівників щодо цифрових стандартів, щоб уникати непорозумінь та конфліктів. Перспективи розвитку також полягають у інтеграції міжнародних стандартів цифрового етикету, що дозволить українському бізнесу залишатися конкурентоспроможним на глобальному ринку.



[%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F.pdf](#)

6. Гасюк Н. В. Міжкультурна комунікація у сучасному бізнес середовищі. *Закарпатські філологічні студії* / редкол.: І. М. Зимомря (голов. ред.), М. М. Палінчак, Ю. М. Бідзіля та ін. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2024. Т. 1. Вип. 34. С. 130–135. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/65207>.

7. Герчанівська П. Е. Цифрова культура в інформаційному суспільстві: антропологічний аспект. *Культура і сучасність: альманах*. 2022. № 2. С. 3–7.

8. Глебова О., Кравченко В. Розвиток цифрових комунікацій в умовах діджиталізації економіки України: проблеми та можливості. *Електронне фахове видання «Ефективна економіка»*. 2021. Вип. 9. С. 6.

9. Гриневич А., Разиграєв О. В. Роль цифрового етикету у сучасному діловому світі. *Україна у світовому просторі: минуле і сучасність*: матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. студ. та аспір. м. Луцьк, 29 квіт. 2025 р. Луцьк, 2025. С. 101–104.

10. Дишкант І. Цифровий етикет у діловому спілкуванні. Матеріали III Міжнародної студентської науково-технічної конференції «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання». 2020. С. 154. URL: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32089/2/PGNAP\\_2020\\_Dyshkant\\_I-Digital\\_ethics\\_in\\_business\\_154.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/32089/2/PGNAP_2020_Dyshkant_I-Digital_ethics_in_business_154.pdf).

11. Заєць А., Антоненко К. Корпоративна культура як ключовий фактор сталого розвитку. *Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення*: збірник тез доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 11 листопада 2024 р.). К., ДУ «КАІ», 2024. С. 46. URL: [https://www.researchgate.net/profile/Osinakachi-Akuma-Kalu/publication/386175231\\_The\\_Ethical\\_Implications\\_of\\_Digital\\_Health\\_in\\_Business\\_Administration/links/67476462876bd1777828fc94/The-Ethical-Implications-of-Digital-Health-in-Business-Administration.pdf#page=46](https://www.researchgate.net/profile/Osinakachi-Akuma-Kalu/publication/386175231_The_Ethical_Implications_of_Digital_Health_in_Business_Administration/links/67476462876bd1777828fc94/The-Ethical-Implications-of-Digital-Health-in-Business-Administration.pdf#page=46).

12. Іванов В. Л. Цифровий етикет: правила поведінки в онлайн середовищі. *Електронні інформаційні ресурси: створення, використання, доступ та управління*: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції. 2024. С. 61–62. URL: <https://docs.academia.vn.ua/handle/123456789/1888>
13. Іващенко О. В. Синтез зображення і тексту у журналі. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2004. № 3. С. 50–55
14. Ігнатенко Р. Цифрові комунікації в маркетингу: сутність та перспективи розвитку в умовах пандемії covid-19. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. 2021. № 31. С. 40–46. URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/506/468>.
15. Коневич С. Особливості цифрового етикету та його вплив на маркетингові комунікації. *REBUILD UKRAINE: справа всього цивілізованого світу*. Вежа-Друк, 2023. С. 81–85. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/22221/1/83-87.pdf>.
16. Конюкова І. Сидоровська Є. Цифровий етикет комунікативної культури XXI століття. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал*. 2021. № 1. С. 26–30.
17. Костенко Д. Міжкультурна комунікація у сучасному світі. *Педагогічна освіта: теорія і практика*: збірник наукових праць. 2018. № 30. С. 80–85. URL: <https://www.pedosvita.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/download/209/301>.
18. Лагодієнко О. Анонімність – що ми знаємо про неї? Етиконтроль. *Блог Етичний контроль*. 2019. URL: <https://ethicontrol.com/uk/blog/anonymity-uk>
19. Логвиненко М.І. Проблеми захисту об'єктів авторського права в мережі інтернет. *Правові горизонти*. 2019. Вип. 15 (28). С. 21–25.
20. Маковецька-Гудзь Ю. А. Українська мова в соціальних мережах. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2014. Вип. 47. С. 13.

21. Мірошніченко В. Міжнародні цифрові платформи як інструмент комунікації та популяризації традиційної культури. *Традиційна культура в умовах глобалізації: проєкти та ініціативи розвитку і популяризації*: матеріали науково-практичної конференції(м. Харків, 28–29 2024 року). Харків, 2024. С. 171–174.

22. Мова ворожнечі. Вікіпедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%BD%D0%B5%D1%87%D1%96](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%BD%D0%B5%D1%87%D1%96)

23. Мозгова С.В. Діджитал-етикет як важлива складова цифрового громадянства. *II Міжнародна науково-практична конференція «Інформаційно-ресурсне забезпечення освітнього процесу в умовах диджиталізації суспільства»*. 2022. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/732961/>.

24. Мозгова С.В. Дотримання діджитал-етикету як важлива умова розвитку загальнопрофесійної компетентності кваліфікованого робітника. *Інноваційні технології при підготовці фахівців сфери послуг та народних ремесел в умовах воєнного та повоєнного часу*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (22 вересня 2022 року). Біла Церква. С. 179–183. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/732953/>.

25. Небилиця О. А. Цифрова корпоративна культура як стратегічний напрям управління персоналом сучасного підприємства. *Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики* : матеріали XV міжнар. наук.- практ. інтернет-конф., 13 лист. 2020 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2020. С. 158–160. URL: <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/24860>.

26. Окландер М., Окландер Т. Segmentation and communication in digital marketing. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 3. С. 69–78.

27. Олешко А., Гороховець Є. Інформаційно-комунікаційні технології та людський розвиток. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 16. С. 16–19. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/16\\_2019/4.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/16_2019/4.pdf).

28. Проценко О. П., Чмихун С. Є., Гаплевська, О. І. Цифровий етикет в комунікативних реаліях сьогодення. Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ». Харків. 2021. С. 109–111.

29. Ремньова Л., Забаштанська Т. Диджитал-етикет у сучасних бізнес-комунікаціях та в управлінні персоналом. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2022. Вип. 2 (30). С. 32–43. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/271162>.

30. Руденко Л. Структурні компоненти комунікативної культури фахівців сфери обслуговування. *Педагогічні науки*. 2012. № 3 (56). С. 49–55.

31. Семигінівська Т. Г. Вплив глобалізації на мову як аспект культури суспільства. *Вісник СумДУ. Серія Філологія*. 2007. Том 2, №1. С. 45–49.

32. Сніговська О.В. Формування міжкультурної компетентності майбутніх фахівців з міжнародних відносин в освітньому середовищі класичного університету : автореф. дис ... канд. пед. наук: 13.00.04. Умань, 2014. 22 с.

33. Хандій О. О. Стан, проблеми та перспективи розвитку цифрових компетентностей населення в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету* : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство / редкол.: Н. Н. Пойда-Носик (голов. ред.), М. М. Палінчак, Я. П. Дроздовський та ін. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2020. Вип. 34. С. 201–206. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/66277>.

34. Цифровий етикет XXI ст. (запрошення до дискусії). Вебінар № 9 (Керівник: Г. Євсєєва). 11 грудня 2020 р. URL: [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pgasa.dp.ua/wp-content/uploads/2020/12/vebinar-9-TSyfrovyj-etyket\\_.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pgasa.dp.ua/wp-content/uploads/2020/12/vebinar-9-TSyfrovyj-etyket_.pdf) (дата звернення: 10.11.2024)

35. Шелест Н., Ланова І. Культура мовлення в соціальних мережах. *Молодий науковець XXI століття: матеріали Всеукраїнської науково-*

практичної конференції студентів, магістрантів і молодих дослідників з міжнародною участю (Кривий Ріг, 14 листопада 2019 року) / Міністерство освіти і науки України, Криворізький національний університет. Кривий Ріг, 2019. С. 218–221. URL:

<http://ds.knu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/3059/1/%D0%9C%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%B9%20%D0%BD%D0%B0%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%86%D1%8C%20%D0%A5%D0%A5%D0%86%20%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D1%82%D1%8F.pdf#page=218>.

36. Шмаленко Ю. І. Інтеграція соціальних медіа в академічну сферу для ефективної комунікації та промоції наукових досліджень : розділ монографії. *Розвиток сталих комунікацій закладів вищої освіти у соціальних медіа* : колективна монографія. За ред. З. Домбровського. В. Дурановського, Л. Гуляєвої, А. Олійника. Варшава : Фундація ім. Зофії Заменгоф, 2023. С. 346–352.

37. Шмаленко Ю. Формування навичок мультикультурної комунікації в цифровому просторі. *Інформаційне суспільство і Природа: вектори взаємовпливу* : збірник матеріалів VIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Кривий Ріг, 21-22 листопада 2024 р.) / за заг. ред. д. соц. н., проф. Л. Калашнікової. Київ : Вид-во «Каравела», 2024. С. 74–80. URL: <https://elibrary.kdpu.edu.ua/bitstream/123456789/11057/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf#page=74>.

38. Di Maggio P. Hargittai E. From the «Digital Divide» to «Digital Inequality»: Studying Internet use as penetration increases Working Paper. Center for Arts and Cultural Policy Studies. Princeton University. 2001. № 15. URL: [https://digitalinclusion.typepad.com/digital\\_inclusion/documentos/digitalinequality.pdf](https://digitalinclusion.typepad.com/digital_inclusion/documentos/digitalinequality.pdf).

39. Digital Etiquette. Talk to Angel. URL: <https://www.talktoangel.com/blog/digital-etiquette>.

40. Kosinski M., Stillwell D., Graepel T. Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2013. № 110 (15). P. 5802–5805.
41. Mastering Technology Etiquette in Global Business. *PGE*. June 23, 2023. URL: <https://professionalglobaletiquette.com/mastering-technology-etiquette-in-global-business>.
42. Obbaatt A. Navigating cultural differences in online communication: Do's and don'ts. *Cubo*. Mar 17, 2023. URL: <https://cubo.to/blog/navigating-cultural-differences-in-online-communication-do-s-and-don-ts>.
43. Redecker C., Punie Y. European Framework for the Digital Competence of Educators DigCompEdu. URL: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC107466>
44. Webster F. Theories of the Information Society. 4th edition. London; New York: Routledge. 2014. 416 p.