

В. И. Штанько

Харьковский университет радиоэлектроники
д. филос. н., проф., зав каф. философии

ОСОБЕННОСТИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ И САМОИДЕНТИФИКАЦИИ ЛИЧНОСТИ В КИБЕРПРОСТРАНСТВЕ

Рассматриваются проблемы самопрезентации и самоидентификации личности в виртуальной среде киберпространства, которое выступает в качестве нового ресурса формирования идентичности, исследуются трансформации идентификационных процессов, происходящих в киберпространстве, прослеживаются изменения способов самопрезентации и самоидентификации личности, происходящие в новой сфере социального пространства.

Ключевые слова: самопрезентация личности, самоидентификация, киберпространство, виртуальная реальность

Штанько В. І.

ОСОБЛИВОСТІ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ І САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ В КИБЕРПРОСТОРИ

Розглядаються проблеми самопрезентації та самоідентифікації особистості у віртуальному середовищі кіберпростору, яке виступає в якості нового ресурсу формування ідентичності, досліджуються трансформації ідентифікаційних процесів, що відбуваються в кіберпросторі, простежуються зміни способів самопрезентації та самоідентифікації особистості, що відбуваються в новій сфері соціального простору

Ключові слова: самопрезентація особистості, самоідентифікація, кіберпространство, віртуальна реальність

Shtanko V. I.

PECULIARITIES SELF-PRESENTATION AND SELF-IDENTIFICATION IN CYBERSPACE

The problems of the personality's self-presentation and identification in virtual environment of the cyberspace that serves as a new resource of identity are considered; the transformations of identification processes taking place in the cyberspace are studied; the changes of the methods of the personality's self-presentation and identification occurring in a new sphere of social space are traced.

Keyword: self-presentation of personality, self-identity, cyberspace, virtual reality

Одной из наиболее значимых особенностей социокультурной реальности конца XX – начала XXI вв. стало формирование нового типа глобального информационного пространства, созданного с помощью цифровых и коммуникативных технологий – киберпространства. Впервые это понятие было введено канадским писателем-фантастом Уильямом Гибсоном в 1982 году в новелле «Сожжение Хром» (Burning Chrome). В конце XX в. этот термин приобрел широкое распространение в связи с развитием интернета и всемирной компьютерной сети. В современной философской и научной литературе активно дискутируется проблема соотношения понятия «киберпространство» с понятиями «виртуальная реальность», «интернет-среда», «гиперсеть». И, несмотря на то, что оно не имеет однозначного определения, некоторые исследователи склонны считать, что открытие киберпространства является главным культурным событием, которое может оказать существенное влияние на наше сознание, одним из самых значительных открытий метафизики после М. Хайдеггера [1].

Созданное на основе новейших информационно-компьютерных технологий киберпространство стало новой символической средой, новым пространством человеческих коммуникаций, которое радикально трансформирует пространство и время социального бытия, фундаментальные измерения человеческой жизни. Это среда, благодаря мультимодальности, диверсификационности и нестабильности, способна охватить и интегрировать все формы культурного выражения, разнообразные интересы, ценности.

Киберпространство представляет новые недоступные ранее возможности самоактуализации личности, поиска самого себя через интернет-общение, становясь символическим полем практик самопредставления и самоопределения. С помощью VR-технологий, человек по-новому чувствует бытие, обретает новый телесный образ; наделены виртуальными телами люди могут осуществлять непосредственное взаимодействие друг с другом в киберпространстве. Компьютерные VR-технологии позволяют реализовать наиболее фантастические желания человека, выполнение которых в реальной жизни было бы невозможным в силу действия физических или социальных законов.

В отличие от виртуальной реальности в узком смысле слова, киберпространство не сводится к визуально-тактильно-звуковой симуляции реальности, а подразумевает наличие электронного текста. Просматривая веб-страницы, «сидя» в чатах или на форумах, общаясь по ICQ или пользуясь e-mail, человек находится в киберпространстве, но не обязательно в виртуальной реальности.

Киберпространство как социальная составляющая сети Интернет в своем виртуальном выражении является преимущественно вербально-текстовым пространством, в котором на первый план выступает нарративная самопрезентация. Созданные в гипертекстовом формате нарративы особым образом конструируют, а точнее деконструируют текстовые структуры и способы их прочтения: от территориально ограниченной и линейно выстроенной книги мы переходим к номадическим¹, ризоматичным, детерриторизованным информационным системам.

Термины «ризома», «ризомная организация»², представляющие парадигму постмодернизма, были заимствованы Ж. Делезом и Ф. Гваттари из ботаники, где они означают определенный способ роста растений, отличный как от разветвления стеблей от единого корня, так и от «пучкообразного» корня. Ризома позволяет описать принципиально иной способ роста, беспорядочное распространение множественности, «движение желаний», не имеющее какого-либо преобладающего направления, а идущее в стороны, вверх, назад, без регулярности, дающей возможность предсказать следующие движения. Делез и Гваттари, взяв этот образ, хотели сказать о сложности, хаотичности, децентрации мира знаков. Гипертекст имеет множество в него входов, индивидуальные маршруты неповторимые, то есть электронный гипертекст по своей сути противоположный модернистскому печатному тексту. В принципах организации гипертекста находят воплощение практически все основные мировоззренческие установки постмодерна – плюрализм, децентрация, фрагментарность, интертекстуальность. Гипертекст, как система клипов, разрушает пространственно-временные и каузальные отношения, поскольку движение по нему носит произвольный характер. Теоретические устремления культуры постмодерна – смерть автора, вариативность интерпретаций текста, хаотичная структура или бесструктурность, бесконечность переходов между фрагментами текстов – находят почти полную реализацию в новой коммуникативной системе Интернет.

Сеть Интернет, так же как и ризома, является открытой структурой, имеющей децентрализованное и неиерархическое устройство из-за отсутствия центрального пункта, контролирующего информационные потоки; она представляет собой принципиально незаконченную, динамично развивающуюся систему с разветвленной структурой. Осознание индивидом ограниченности возможностей самопрезентации себя и

формирования определенных типов идентичности в реальном пространстве ведет к построению и моделированию новых идентичностей в пространстве Интернет.

В киберпространстве социальные позиции маркированы слабее, статусные знаки и символы могут быть сознательно затушеваны, скрыты или искажены. В этой среде создается уникальная ситуация, формирующая определенные субкультуры, в которых «утрачивают свое значение многие социальные стереотипы, предрассудки и статусно-ролевые условности, играющие роль коммуникативных преград в реальной жизни, поскольку пользователь Интернета не может видеть собеседника в киберпространстве – знать его пол, возраст, национальное и расовое происхождение, его профессию, внешность, уровень дохода. Автор может придать этим характеристикам публичный характер, если только сам того пожелает. Виртуальность позволяет примерить на себя различные социальные роли, которые порой могут быть востребованы в дальнейшем в реальном пространстве. Именно это является основанием для рассмотрения киберпространства как благоприятной среды для создания разнообразных презентаций личности пользователя.

Единственная реальность бытия личности в киберпространстве – это реальность самопрезентации, которая осуществляется в интернет-дневниках, чатах, блогах, форумах, социальных сетях, ЖЖ, ролевых играх. Самопрезентация в данном случае может рассматриваться как сознательно управляемая передача собеседнику некой информации о себе, как средство формирования образа «Я», средство самовыражения и самопознания, средство осознания своей идентичности.

Профессор Массачусетского технологического института Шерри Теркл справедливо отмечает, что «Интернет становится важной социальной лабораторией для экспериментов с созданием и реконструкцией Я, что характеризует жизнь в постмодернистском обществе» [2]. «Игры с идентичностью», по терминологии Бечар-Изрэли (Bechar-Israeli) [3], становятся возможностью презентации глубинных, латентных, нереализованных возможностей индивида, поскольку виртуальное пространство предоставляет возможность «абсолютного управления впечатлением о себе».

Впервые анализ проблемы управления впечатлением о себе осуществил американский социолог и социальный психолог, профессор Чикагского университета И. Гоффман - представитель более позднего периода символического интеракционизма, специалист в области ролевых теорий, автор концепции «социальной драматургии». Он рассматривает процесс управления впечатлением о себе через исполнение человеком социальных ролей. Суть концепции «социальной драматургии» - в проведении полной аналогии между реальными жизненными ситуациями и театральными представлениями. Анализируя особенности взаимодействия команды исполнителей определенных ролей и публики, на которую это исполнение направлено, Гоффман исходит из того, что человек в процессе социального взаимодействия способен корректировать свое поведение в соответствии с ожиданиями другого с целью создания наиболее благоприятного впечатления о себе и достижения наибольшей выгоды от этого взаимодействия [4]. При этом речь идет о контроле субъектом тех впечатлений, которые он производит на аудиторию. Гоффман выделяет и описывает специальные приемы тактик самопредъявления личности для поддержания эффективной социальной интеракции.

Все техники самопредъявления и самопрезентации условно можно разделить на вербальные и невербальные. К невербальной технике относится внешний вид, манера поведения, одежда, осанка, мимика. Вербальная техника самопрезентации – это самописание через личностные и социорольевые характеристики, через историю своей жизни и т.п.

Основным способом самопрезентации в киберпространстве становится вербальная самопрезентация, создание субъектом текстовой «маски» для описания своей личности. Главной особенностью такой самопрезентации является редукция личности к семиотическим манифестациям [5] при помощи различных знаковых и языковых средств.

Как утверждает Т. Ю. Виноградова, «первое, что лежит на поверхности и сразу бросается в глаза – «растворенная телесность», – отсутствие тела как такового. В результате чего люди не могут быть представлены друг другу иначе, чем через тексты и только лишь через тексты. В пределе текст и человек, родивший его, становятся тождественными, ведь ничего нет кроме текста»[6]. По существу в киберпространстве мы формируем нарративную идентичность. «Нарратив, – отмечает В. Л. Абушенко, – как подлинная история, подлежит чтению, которое постоянно исправляет предшествующую подлинную историю. Таким образом, идентичность описывает, повествует, предписывает, проявляясь лишь во времени. Она не столько “сохраняется”, сколько “поддерживается” в процессах постоянного “переименования”» [7].

Особенности коммуникативной среды задают диапазон возможных проявлений нарративной идентичности или, если можно так выразиться, «степени свободы», с которыми языковая личность может представлять себя. Поэтому можно говорить, например, о «языковой личности чата», представляющей собой набор характеристик, которые задают диапазон ее проявлений. То, какие речевые акты использует участник чата (приветствие, прощание, оскорбление и т. д.) и как он реагирует на речевые акты других людей, может стать основанием для выводов о его личностных качествах. Соответственно, речевые акты могут использоваться как знак, выражающий уважение, заинтересованность, неприязнь и т. п.

Несмотря на то, что в текстовой коммуникации в киберпространстве существует возможность выражать свои чувства при помощи «смайликов», физическая непредставленность участников коммуникации в акте коммуникации приводит к тому, что чувства можно не только выражать, но и скрывать, а также выражать чувства, которые человек в данный момент не испытывает.

Многие исследователи говорят о двух типах презентации себя в интернет-коммуникациях – эксплицитной и имплицитной. В случае эксплицитной самопрезентации идентичность (Я-для-себя) максимально совпадает с социальной ролью (ролями) личности, с представлением Я-для-других, имплицитная самопрезентация выражает скрытую идентичность. Собеседник может сообщать о себе неполную и даже недостоверную информацию, он психологически освобождается от необходимости представлять в процессе коммуникации самого себя, конструируя тот образ "Я", который ему заблагорассудится.

В. Фриндте и Т. Келер, анализируя особенности конструирования Я в опосредованном общении, выделили основные факторы, оказывающие влияние на самопрезентацию и идентификацию в сети. Среди них - опыт взаимодействия с компьютером и опосредованного компьютерного общения; присутствие и анонимность аудитории; степень самосознания пользователя (личное самосознание – концентрация человека на своем состоянии и особенностях или публичное – концентрация человека на том, как он выглядит в глазах окружающих); идентификация с социальной группой/категорией пользователей компьютера (социальная идентичность) [8].

Одним из основных средств самопрезентации в киберпространстве являются «ники» (nicknames) – прозвища, которые выбирают себе участники виртуального дискурса (форумов, чатов, блогов). Их выбор разнообразен: «ники» формируются и на основе собственных имен, и на основе имен литературных персонажей, и на основе образного переноса названий природных явлений или животных, и на основе наименований тех или иных проявлений личностных качеств и т.п. Ник – это определенное отражение собственной Я-концепции, его выбор - творческий процесс самопрезентации личности через самоназвание. Многие исследователи отмечают, что при создании «ника» личность использует стратегию карнавализации сетевого образа. Это помогает ей создать образ, «надеть маску», и, соответственно, сохранить или изменить привычное для себя поведение.

Сетевое имя зависит от эмоционального состояния, профессии, модных тенденций внутри субкультуры, к которой принадлежит коммуникант. Необычные титулы, громкие

имена, которыми награждают себя некоторые из посетителей интернет-пространства, является скорее всего претензией на самовыражение, попыткой достичь определенного уровня претензий, который, возможно, недоступен им в повседневной жизни. Т. е. выбранный ник является определенной ширмой, за которой скрывается реальный человек. При этом замена реальных имен псевдонимами (никнеймами) затрудняет идентификацию личности собеседника, хотя выбранный псевдоним обычно не случаен. Он в определенной мере отражает внутренний психологический настрой собеседника, его представления о мире и о себе. Даже не видя реального имени человека, по некоторым деталям никнейма, мы все равно можем узнать некоторую информацию о персоне, скрывающейся за «виртуальной маской»: определить возраст человека, пол, год, когда сетевое имя было придумано, национальность или место рождения, реже религиозную принадлежность и многие другие детали личности виртуального коммуниканта.

Как одежда представляет человека в реальном мире («встречают по одежке»), созданное имя «генерирует» первое впечатление, оказываемое на других. «Вне физического присутствия экран имен становится способом, посредством которого общающиеся в киберпространстве могут определить себя» [9]. Сетевое имя является «лицом» человека в Интернете. При этом для общения в киберпространстве свойственно использование нескольких экранных имен («ников») для экспериментирования с различными идентичностями.

Вместе с ником пользователь форума или блога использует аватар - небольшое визуальное изображение, которое человек выбирает себе или самостоятельно конструирует в качестве своего представителя (своего «лица») во время общения в интернете. Аватар по существу - визуальная репрезентация виртуальной языковой личности. Его можно рассматривать как образную маску, которая предполагает сообщение о себе различных сведений, в том числе тех, которые не претендуют на достоверность и указываются для создания облика участника определенного сообщества, героя массовой/элитарной культуры, оригинального персонажа. Это может быть герой мультфильма, условный персонаж, животное, собственная фотография и пр., что отражает суть пользователя и помогает максимально правильно создать первое впечатление о нем у собеседника. При этом он может создавать множество своих персонализированных проекций, различных проявлений своей личности в зависимости от ситуации общения, отражая свои осознанные и подсознательные влечения и страхи. Аватары в определенной степени способствуют выражению эмоций в ходе беседы, а акт выбора конкретного аватара либо отказа от ранее выбранного и конструирования нового аватара помогает продемонстрировать характерные (либо только желаемые) черты собственной личности.

Самопрезентация личности через текстовые или речевые маски - «ники», аватары по существу напоминает карнавал, в котором каждый участник может надеть любую понравившуюся маску и где все позволено.

В киберпространстве теряет свое значение ряд барьеров общения, обусловленных такими характеристиками субъектов коммуникации как внешний вид, пол, возраст, социальный статус, т.е. то, что психологи называют невербальной частью коммуникативной компетентности. Это, с одной стороны, создает определенную комфортность общения, благодаря возможности проявления личностного раскрепощения и безграничной свободы, с другой – дискомфортность, вследствие безнаказанности контактных. "Анонимность посетителя, отмечает в связи с этим О. В. Новоженина, - дает прекрасную возможность расширения кругозора: я могу узнать о вещах, интерес к которым скомпрометирует меня в реальности. Когда мы находимся в компании друзей, просто на улице, нас всегда волнует вопрос – какова реакция окружающих на мои действия? ... Анонимность сети снимает эту проблему, раскрепощает человека, преодолевает определенные социальные барьеры и предрассудки" [10].

Таким образом, находясь в виртуальном пространстве, человек по сути занимается самосозиданием своей идентичности и серверы MUD или IRC (Internet Relay Chat), ICQ

делают возможным общение с другими такими же множественными идентичностями. Виртуальное «Я» участников неформальной интернет-коммуникации нередко отличается от реального «Я» - меняется возраст, пол, описание внешности, биографическая информация и т.п.¹ Т. е. «Интернет - как отмечает Ш. Теркл, - выступает еще одним элементом компьютерной культуры, который способствует формированию представления об идентичности как множественности. В Интернете люди способны творить себя, перемещаясь в нескольких "Я" [11]. Характеристики "Я" конструируются ежеминутно в интеракции, а не получены заранее в виде готовых ролей. Они "подвижны", "текучи", "децентрализованы", "размыты" и "непрозрачны". Исследуя виртуальную реальность и ее влияние на личность человека Ш. Теркл, отмечает, что MUD'ы – это не только место, в которых "Я" является множественным и сконструированным языком, в них люди и машины также находятся в новых отношениях друг к другу, даже могут приниматься друг за друга. В этом смысле, они являются побудительными объектами для обдумывания человеческой идентичности.

Возможность конструировать идентичность в сети Интернет приводит к возникновению ряда интересных проблем связанных с существованием виртуальных "Я". Это дает основание рассматривать Интернет как своего рода социальную лабораторию по созданию и перестройке личности, характеризующую современную эпоху – эпоху постмодерна. Человек может использовать мир виртуальной реальности для экспериментирования над своей психикой, например, испытывать необычные чувства, погружаясь в измененное состояние сознания; безопасно экспериментировать со своей сексуальной ориентацией для лучшего понимания себя, в частности, меняя пол в виртуальной среде (с женского на мужской или наоборот).

Виртуальная смена пола в процессе самопрезентации в киберпространстве происходит довольно часто. «Киберпространство представляет, - считает он, - беспрецедентную возможность экспериментировать, отказаться от экспериментирования, если это необходимо, и затем экспериментировать снова. В нем смена пола очень простое действие» [12]. Причинами этого, по мнению Дж. Сулера, могут быть – стремление к приобретению нового опыта, исследование взаимоотношений между полами, диффузия собственной половой идентичности.

Социальные сети часто представляются человеку игровым полем, где исчезает телесность, статусность, возраст, пол, финансовое положение и пр., что позволяет ему чувствовать себя равноправным игроком с другими, поскольку он может сформировать любой образ, где можно приписать те черты, которые ему и не присущи. Он может создавать тот портрет, который лишь отдаленно напоминает оригинал, или попросту запускать в киберпространство симулякры. Социальные сети становятся «чем-то вроде зеркала, верно являющего ... не реальный, а желанный образ» [13], тем зеркалом, в которое глядит на себя человек, но видит только то отражение, которое ему льстит. Смс, письма, посты в социальных сетях позволяют нам показать себе такими, какими мы хотим быть; мы можем редактировать себя, т. е. изменять свое лицо, голос, черты, тело. Выступая под маской, человек чувствует себя в полной безопасности, полагая, что он настолько замаскировался, что никто никогда не сможет его распознать, что позволяет ему вступать в любые коммуникации, представляться экспертом во всех областях жизни, и в тех, в которых его знакомство с предметом весьма поверхностно [14].

Сеть Интернет идеальная среда для реализации коммуникативной стратегии «речевая маска». Человек имеет возможность не только презентовать свою реальную личность, но и создать отличный от реальной жизни образ. Каждый индивид стремится презентовать себя с той или иной стороны, стремиться создать определенный образ, который будет характеризовать его личность, поведение, опыт. В виртуальном пространстве мы можем создать для себя образ того, кем всегда хотели быть — нивелировать отрицательные черты и подчеркнуть положительные. Образ может быть как

положительным, так и отрицательным, в зависимости от целей и намерений языковой личности, создававшей самопрезентацию.

Маска обозначает множество ролей, которые мы проигрываем в соответствии с социальными требованиями. В понимании К. Г. Юнга, маска служит цели производить впечатление на других или утаивать от других свою истинную сущность. Маска как архетип необходима нам, чтобы ладить с другими людьми в повседневной жизни. Человек как бы примеряет на себя возможные роли личности и пробует насколько комфортно он себя чувствует в той или иной роли с другими людьми.

Особенно большие возможности для этого представляют ролевые игры, в которых есть возможность выбора персонажа, иногда базирующегося на определенных архетипах бессознательного. Геймеры упражняются в самореализации и презентации при выборе своего персонажа, статуса, экипировки, вооружения и пр. – в процессе «развития» своего виртуального героя, повышения его показателей (уровня, достижений, популярности), меняя саму игру. В последнее время появилось даже понятие «игровая идентичность», отражающее особые приемы самопрезентации в киберпространстве, некий образ или даже миф («маска») о себе самом, состоящий из набора желаемых представлений о себе. Чаще всего склонны к таким формам самопрезентации подростки, которые через игровую идентичность, с одной стороны, пытаются разобраться в себе самом, в своих желаниях, идеалах, устремлениях, проблемах, с другой – компенсировать социокультурные неудачи.

Человек может искренне заблуждаться насчет себя, подчеркивая наличие у себя социально желательных качеств, давая должные, принятые в данной культуре или группе оценки самого себя, особенно в тех сферах, где существуют жесткие эталоны должного или правильного. Однако он может и намеренно фальсифицировать свой Я-образ или самооценки в силу необходимости следования социальной желательности. В самом деле, когда люди отвечают на анонимные опросники, они менее склонны приписывать себе общепринятые достоинства, в отличие от ситуации публичного самооценивания, особенно следующей за негативной обратной связью.

Практически все исследователи утверждают, что виртуальный мир дает возможность использовать «маску» для презентации своего Я. Человек может представляться совершенно иным, чем он есть (прятаться за маской), и создавать образ себя таким, каким бы он хотел, чтобы его видели другие. И, тем не менее, в последние годы сами пользователи указывают, что ценность Интернета для них заключается именно в возможности «быть собой». Это может означать, что для одних пользователей Интернет является средством создания своего желаемого «Я», в то время как для других он может быть средством понимания и сопереживания с личностью пользователя, который хочет быть искренним и принятым другими. Поскольку в киберпространстве можно придумывать себе любую ипостась, это развязывает руки и иногда играет весьма позитивную роль в раскрепощении человека и формировании нового позитивного опыта, преодоления комплексов.

Таким образом, глобальное информационное пространство, созданное с помощью современных цифровых и коммуникативных технологий становится творческой лабораторией, в которой формируются новые возможности для изучения и формирования собственной личности. По существу киберпространство становится символическим полем практик самопредставления, сценической площадкой для игры с идентичностью, экспериментальным полем поиска (познания) самого себя через интернет-общение и становления самоидентичности личности.

Перечень ссылок

1. Myron W. Krueger. Artificial reality: Past and future [Text] / Myron W. Krueger // Virtual reality: theory, practice and promise / Ed. Sandra K. Helsel and Judith Paris Roth.Meckler. Westport and London, 1991. – P. 19 – 26.
2. Turkle, S. Life on the screen: identity in the age of the Internet [Text] / S. Turkle. – New York. Simon and Schuster. 1995. – P. 181.
3. Bechar-Israeli, H. From «Bonehead» to «Clonehead»: Nicknames, Play, and Identity on Internet Relay Chat [Text] / Bechar-Israeli, H. From // Journal of Computer-Mediated Communication, 1 (2). 1995.
4. Гоффман, И. Представление себя другим в повседневной жизни [Текст] / И. Гоффман / Пер. с англ. А.Д. Ковалева. – М.: Канон-Пресс-Ц; Кучково поле, 2000. – 302 с., с. 209.
5. Горный, Е. Онтология виртуальной личности [Текст] / Е. Горный // Бытие и язык: Сб. статей по материалам международной конференции. – Новосибирск, 2004. – С. 78 – 88.
6. Виноградова, Т.Ю. Специфика общения в Интернете [Текст] / Т.Ю. Виноградова // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический анализ. – Казань, 2004. – С. 63 – 67, с. 64.
7. Абушенко, В.Л. Проблемы идентичностей: специфика культур-философского и культур-социологического видения [Текст] / В.Л. Абушенко // Вопросы социальной теории. – 2010. – Т. 4. – С. 136.
8. Фриндте, В. Публичное конструирование Я в опосредованном компьютером общении [Текст] / В. Фриндте, Т. Келер // Гуманитарные исследования Интернета / Под ред. А.Е. Войскунского. – М., 2000. – С. 40 – 54.
9. Waskul, D. Self-Games and Body-Play: Personhood in Online Chat and Cybersex [Text] / D. Waskul. – New York, 2003.
10. Новоженина, О.В. Интернет как новая реальность и феномен современной цивилизации [Текст] / О.В. Новоженина // Влияние Интернета на сознание и структуру знания. – М.: ИФ РАН, 2004. – С. 201.
11. Turkle S. Life on the screen: identity in the age of the Internet [Text] / S. Turkle. – New York: Simon and Schuster. 1995. – P. 178.
12. Suler J. Do Boys Just Wanna Have Fun? Male Gender-Switching in Cyberspace [Electronic resours] / J. Suler // Teaching Clinical Psychology 1996. Режим доступа: <http://www1.rider.edu/~suler/psycyber/genderswap.html> Дата доступа: 01.03.2013
13. Бодрийяр, Ж. Система вещей [Текст] / Ж. Бодрийяр. – М.: РУДОМИНО, 2001. – 218 с., с.100.
14. Могилевская, Г.И. Социальные сети как актуальный способ самовыражения массового человека [Текст] / Г. И. Могилевская // Молодой ученый. – 2012. – №4. – С. 517 – 520.

© Штанько В.И., 2014

¹ Номадический (от nomad – кочевник) – понятие постмодернистской философии, которое означает отказ от однозначно организованного пространства, от наличия определенного центра, многовариантность пространственных конфигураций. Это понятие задает ориентацию на культурный полицентризм во всех его проявлениях. Организация текста в сети интернет совпадает с идеями номадологии, которые изложены Делёзом и Гваттари в работе “Тысяча поверхностей”. Не случайно для выражения особенностей перемещения в сети Интернет используют такие метафоры как “кибер-навигация”, “веб-серфинг”. Житель сети, сросшийся с пространством, так и номад, только его мир не степь, а гиперреальность, в которой проходят его бесконечные путешествия.

² Ризома (от фр. rhizome – корневище) – понятие философии постмодерна, отражающее принципиально вневструктурный и нелинейный способ организации целостности, который оставляет открытой возможность разрастания в каком угодно направлении.

¹ В качестве отдельной формы общения в Интернете можно выделить общение в так называемых MUDs (от “multi-user dimension” - ролевая игра, в которой много пользователей объединены в одном виртуальном пространстве), которое близко к коммуникации в чате тем, что происходит on-line, но отличается от него присутствием цели - стремлением выиграть.