

# ВИРТУАЛЬНОЕ ТЕЛО И НОРМАТИВНЫЙ ГЕНДЕР В КИБЕРПРОСТРАНСТВЕ

© 2016

*О.А. Воронина*

Почти четверть века назад американская феминистка Д. Харауэй в “Манифесте киборгов” [15] выдвинула идею, что развитие новых технологий приведет к преодолению традиционного поло-гендерного дуализма. В частности, она полагала, что кибернетика и биомедицина смогут создавать кибернетические организмы, в которых будут объединены части “машины” и человеческого тела. Таким образом созданные киборги, соединяющие в себе природу и культуру (технологию), самим своим существованием станут, по ее мнению, отвергать маскулинистскую стратегию доминирования человека над природой (символически отождествляемую в европейской мыслительной парадигме с женщиной). Д. Харауэй полагала, что этого достаточно, чтобы в киберпространстве не существовало гендерных различий, дискриминации и сексизма.

Сегодня мы можем констатировать, что эти идеи не воплотились в жизнь. И не только потому, что киборги в том виде, как это представляла Д. Харауэй, пока не созданы. В некотором смысле всех пользователей web-пространства можно назвать киборгами, поскольку в нем представлены не реальные люди и их природные тела, а всего лишь несколько байт “записанной нулями и единицами” информации [11]. В гораздо большей степени для нас интересен другой факт: несмотря на неочевидность и даже ненужность тела при виртуальной коммуникации, манифестация гендерной идентичности остается в ней весьма важной.

В реальном общении этого трудно избежать (даже если и хочется некоторой анонимности), потому что собеседники неизбежно ориентируются на маркеры телесности и визуальные контакты. Для виртуальной коммуникации характерны ограниченные сенсорные впечатления, и личное описание в виде печатного текста является единственным средством, заменяющим сложное сочетание невербальных признаков социального контекста (внешности, одежды, выражения лица, стиля пове-



**ЧЕЛОВЕКОЗНАНИЕ: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, МЕТОД**



**Воронина  
Ольга**

**Александровна** — доктор философских наук, ведущий научный сотрудник Института философии РАН. Постоянный автор журнала. E-mail: Olga-Voronina777@yandex.ru



дения...). Это дает пользователям новые возможности для выбора той или иной самопрезентации в киберпространстве. Можно остаться полным анонимом, хотя и недолго, потому что в таком случае коммуникация становится невозможной. Можно вместо своего имени выбрать любое другое — так называемый ник (псевдоним), а визуальный образ заменить виртуальным маскарадным костюмом — “аватаром”. По общим оценкам, самопрезентация примерно 40% пользователей соответствует их реальной идентичности, причем такая фиксированная идентичность особенно характерна для контактов в электронной почте и профессиональных сетях. Кроме того, в киберпространстве можно представить “часть” себя (только социальный статус, возраст, внешность, стиль жизни) — в реальном или улучшенном варианте. “Изобретаемая” идентичность применяется в чатах, а изобретаемая и предметно-ориентированная — в так называемых многопользовательских мирах (МПМ, MUD — Multi-User Dimensions). Интересно, что в МПМ “регулярные и квалифицированные” члены отделяются от “гостей”, которые получают временный статус и меньше возможностей для управления командами и т.д. Таким образом, в киберпространстве также существует асимметрия и иерархия, которую можно назвать “политическим неравенством”, однако в здесь, как считает Е. Горошко, дискриминация по расе, возрасту, статусу и полу/гендеру распространена гораздо меньше, чем в реальном мире [5].

Нелегко понять, насколько виртуальная самопрезентация соответствует реальной идентичности пользователя, если пользователь выбирает придуманный образ, то почему он/она так поступает. Среди причин, побуждающих конструировать иную виртуальную идентичность, исследователи выделяют несколько: возрастные кризисы (самоопределение подростков, кризис среднего возраста); изменения личностной идентичности человека на протяжении жизни; желание попробовать нечто другое. Человек может хотеть преодолеть эти обстоятельства в конструировании новой виртуальной личности другого пола, этноса, возраста или вообще в виде “нечеловеческого” персонажа из сказок, мифов, фэнтези.

Социальные и культурные процессы, характерные для современности, отличаются противоречиями. Так, глобализация с ее навязыванием западных ценностей и стилей жизни порождает сопротивление этому в виде глокализации; принятию принципа мультикультурализма противостоят возрождение традиционализма и отстаивание особенностей своей национальной культуры; развитие информационных технологий не только делает человека “гражданином вселенной”, но и создает новый виртуальный мир, зачастую замещающий собой мир реальный. В этой ситуации мы все стоим перед необходимостью делать собственный (и многократный) выбор своей идентичности. В целом идентичность современного человека стро-

ится на основании сложной многоуровневой матрицы таких компонентов, как пол и соответствующая гендерная принадлежность, этничность, национальность, возраст, социальный статус, религиозная принадлежность. В зависимости от того, что человек выбирает в качестве основного “стержня” своей идентичности, рождаются разные варианты. Акцент на этносе, социальном статусе или гендерной принадлежности может быть как основным, так и выбираться ситуативно. Более того, современный человек может менять “стержни” идентичности на протяжении жизни или в разных социальных условиях, поскольку от него ожидают большей гибкости и адаптивности. Как отмечает З. Бауман, компоненты сложной идентичности современного человека должны быть гибкими, чтобы можно было их оперативно перегруппировать; не следует создавать слишком прочные фундаменты идентичности, поскольку это ведет к снижению приспособляемости к быстро и непредсказуемо меняющемуся миру [1, с. LXII]. Этот феномен принято называть множественной или гибридной идентичностью. Вот примеры самоописаний такой гибридности, представленные в одном из исследований: “белая из среднего класса, окончившая колледж; дикая и непослушная; мать-одиночка; азиатка-бисексуалка; панк; политически проницательная, активная женщина; черная женщина среднего класса; молодая мать; бездельница; член “племени ручья”; хорошо устроенная; студентка; преподавательница; автор; человек; молодая особа; человек с нарушением зрения; гермафродитка; неправильная еврейка; ребенок профессиональных феминисток; дочь лесбиянки; активистка; автор zine; Весы (знак зодиака); образованная, замужняя, моногамная феминистка, христианка, афро-американская мать” [17, р. XIV].

Зарубежные исследователи [18; 22] отмечают, что “размытость” и фрагментарность ранее устойчивых социальных институтов и норм жизни неизбежно ведет и к размыванию ранее конструируемых этими институтами идентичностей. Как пишет Э. Рейд, “социальные структуры, основанные на предпочтениях или предрассудках по отношению к отдельным группам людей, своим существованием обязаны той легкости, с какой можно судить о телах друг друга и отождествлять определенный тип личности с физическим обликом. Мужчины, женщины, белые, черные, молодые, старые, бедные, богатые — все эти термины пронизывают современную культуру и образуют внутреннюю структуру нашей культуры. Телесная символика скрепляет ее и придает ей форму” [10, с. 204]. Сегодня речь идет не только об очевидных изменениях в институтах брака, семьи, родительства — и соответствующих идентичностях. Возможно, менее очевидны, но от этого не менее значимы изменения на рынке труда и возникновение новых идентичностей (например, божемного буржуа или прекариата). В такой ситуации коллажная, мозаичная идентичность, которая соби-



рается по потребностям, дает новые адаптивные возможности и помогает сделать “правильный” выбор — по крайней мере, на какое-то время. В реальной, лицом-к-лицу коммуникации, презентация разных “идентичностей по выбору” все-таки представляет некоторые сложности, поскольку телесные маркеры так или иначе отсылают к некоторым базовым символам, на основании которых коммуниканты могут сделать собственные выводы о половой, гендерной, этнической, социальной, конфессиональной принадлежности друг друга. Представление себя в виде Другого имеет ограниченные рамки — это возможно в игре, в театральной постановке, на карнавале. Однако в киберпространстве можно управлять впечатлением о себе, “примерить на себя все роли” и создавать разнообразные сетевые идентичности по своему выбору. Таким образом, разнообразие виртуальных идентичностей может отражать “открытость” реальной идентичности, что свидетельствует о незавершенности идентификационных процессов [6].

Пользователи Интернета реализуют эту возможность по-разному, но чаще всего такие эксперименты касаются виртуальной “смены пола” и гендерной идентичности. Это связано с различными факторами, причем вовсе не обязательно с гомосексуализмом или трансвестизмом. Дж. Сулер называет такие причины, как диффузная половая идентичность, желание лучше понять отношения между мужчинами и женщинами, стремление просто поиграть, поскольку “смена пола” в киберпространстве — очень простое и временное действие.

Э. Рейд, изучавшая многопользовательские миры, находит другой ответ на вопрос, почему из базовой идентификационной триады гендер-раса-класс именно гендер выбран для экспериментов. Она связывает этот феномен прежде всего с таким социальным фактором, как специфика доступа к Всемирной компьютерной паутине. Пользователями Интернета становятся в основном англоязычные обеспеченные жители индустриальных стран, для которых в данной ситуации социальный статус (класс) и раса (этнос) не имеют решающего значения, поскольку в общем смысле все игроки обладают западноевропейской идентичностью. Раса и социальный статус становятся важными в киберпространстве, когда игра строится вокруг приключения. Но и в этом случае предлагаемые варианты виртуальной идентичности относятся к области фантазий — гном, эльф, инопланетянин, герой, маг, а не к реальным профессиям современного мира [10, с. 208]. Также игрокам практически никогда не предлагают роль представителя монголоидной, негроидной и европеоидной расы. На мой взгляд, это можно объяснить стремлением избежать сложностей в соблюдении уважительности по отношению к расовым и этническим нормам и ценностям.

Однако ситуация с поло-гендерной идентичностью выглядит иначе. Не только в МПМ необходимо “выставить флажок пола”. В любой коммуникации самым первым уточняется пол,

а когда поло-гендерная идентичность виртуального “собеседника” не ясна, взаимодействие становится невозможным. Все мы так привыкли точно опознавать пол друг друга, что отсутствие соответствующей информации вызывает у игроков растерянность. Трудно не согласиться с утверждением Э. Рейд, что «пол — один из самых “священных” институтов нашего общества, качество, считающееся настолько жестко зафиксированным, что его смена игровым или хирургическим путем сопровождается сложными ритуалами, табу, процедурами и обвинениями» [там же, с. 213]. Представления о нормативном гендерном поведении и гендерных ролях столь укоренены в сознании, что многие люди не в состоянии осуществлять социальные контакты, не имея представления, хотя бы предположительного, о том, какого пола их собеседник. Кстати, эта ситуация давно описана и в отношении реальной, лицом-к-лицу коммуникации (Г. Гарфинкель; К. Уэст и Д. Зиммерман). Таким образом, в виртуальности, как и в реальности, приписывание пола (гендера) является базовой основой коммуникации.

Рассмотрим более подробно гендерные особенности самопрезентаций в киберпространстве.

В российской части Интернета, как показывают немногочисленные исследования, гендерная самопрезентация в большинстве своем соответствует реальной гендерной идентичности, и обе они следуют нормативному определению мужественности и женственности. Так, анализ профилей пользователей соцсети “ВКонтакте” показал, что они активно представляют принятые гендерные маркеры для визуальной самопрезентации: на фото юноши стремятся продемонстрировать “крутость”, а девушки — красоту, нежность, сексапильность. Очевидно, что эти самоописания апеллируют к стереотипным представлениям о человеческом облике, тем самым еще сильнее укрепляя их власть. Пользователь не освобождается от оков “мифа о красоте”, проанализированного Н. Вульф, но приводит себя в соответствие с этим мифом.

Нормативное понимание женственности и мужественности проявляется и в выборе интернет-сообществ и сайтов: девушки подписаны на “лучшие рецепты”, “дом моды”, “женские мысли”, “девичья краса”, “подростки”, “умный журнал для думающих людей”, “% жирности”, “шедевры рекламы”, “женское сообщество”, “как сделать тело совершенным”, “дневник женщин”, “журнал женской красоты”, “клуб шопоголиков” и т.п. К основным мальчишеским виртуальным группам относятся спорт, компьютерные игры, отдельные направления музыки. Автор исследования заключает, что при конструировании виртуальной гендерной идентичности подростки опирались на существующие нормативные гендерные представления о мужчинах и женщинах [12].

К сходным выводам пришли и авторы другого исследования, посвященного анализу визуального (по аватарам) и язы-



кового (по никам и комментариям) позиционирования web-пользователей. Представленные в пространстве социальных сетей различные антропоморфные лица-маски-аватарки отражают существующие гендерные нормы маскулинности и феминности. Российские женщины выбирают рекламные образцы гламурных красавиц, а в 44% случаев представляют себя в качестве кукол. Около 65% российских пользователей мужского пола выбирают для аватаров изображения, соотносящиеся с “архетипами силы”. Это супергеры, воины, победители — и не важно, реальные или сказочные/интернетовские персонажи, позитивные или негативные герои [13].

Анализ речевых практик тех пользователей, которые инсценировали в виртуальном пространстве не свою гендерную идентичность, привел к выводу, что в процессе этих инсценировок люди преувеличивают и сознательно “выпячивают” те черты, которые, по их мнению, свойственны другому полу/гендеру. В основном это касается выбора в предпочтении тем для разговора и частотности употребления единиц “вежливой” и маркированной лексики (табу, бранных и нецензурных выражений, вульгаризмов, а также лингвистических маркеров мужского и женского рода при их наличии в языковой системе).

Инсценировки различных вариантов гендера в интернет-коммуникации выражаются в том, что человек может репрезентировать себя попеременно как носитель любого гендерного типа. Новые поколения стремятся к “гибридности”, квир-идентичности: “девочки, которые хотят быть мальчиками; мальчики, которые хотят быть девочками; мальчики и девочки, которые настаивают, что они — и то, и другое вместе; белые, которые хотят быть черными, чернокожие, которые хотят быть белыми; люди, которые идентифицируют себя как белые и черные, беззаботные и жесткие, маскулинные и феминные одновременно; или те, кто находит способы быть и не называть себя никак из вышеупомянутого” [16, р. 8]. Возможно, реагируя на эти новые импульсы, в 2015 году социальная сеть Facebook ввела для пользователей англоязычной версии в США возможность выбрать в профиле варианты своего социального пола (гендера), возможность скрыть свой пол также осталась. “Мы хотим, чтобы вы могли ощущать себя тем, кто вы есть, и вам это было удобно”, — говорится в сообщении компании. В итоге редакторы сайта Slate.com собрали 58 вариантов самопрезентаций [23]: некоторые из них пересекаются и дублируются — например, термины “genderqueer” и “non-binary” используются для обозначения людей, принципиально отвергающих существование дихотомии полов; часть из самоназваний просто непонятны, поскольку являются, видимо, творчеством их создателей и пока не приняты в специальной литературе. В любом случае этот феномен нуждается в дальнейшем изучении.

Особое место занимают игры с гендерной идентичностью в многопользовательских мирах (МПМ). У игроков в МПМ

нет постоянной идентичности, поскольку персонажи могут не иметь четкого телесного образа и пола. Игроки могут выступать в роли сказочных персонажей или людей. Какие же образы они выбирают? Казалось бы, в тех ситуациях, когда роль не задана жестко правилами игры, участники могут дать волю фантазии и реализовать в виртуальном мире все свои самые смелые идеи. Однако, как показывает исследование Э. Рейд, люди не в силах отойти от того, что они видят в жизни. Они просто копируют реальность, а вся игра заключается в виртуальной перверсии – то есть женщина “становится мужчиной”, а мужчины (что бывает чаще) играют роль женщин.

При этом фантазии фактически не выходят за пределы телесных конструктов и культурных символов, известных им в повседневной жизни [10, с. 210]. Так, хотя игроки могут приукрасить свою внешность, сама эта коррекция не отвергает принятые социальные нормы и стереотипные представления о человеческом облике.

В целом по отношению к мужским и женским персонажам МПМ характерно перенесение в виртуальную реальность традиционных гендерных норм и стереотипов. Многие зарубежные и российские исследователи отмечают враждебность дискурса интернет-коммуникации по отношению к женщинам. По мнению Л.Ф. Компанцевой, изучавшей архетипические мужские и женские образы Рунета, для семиотического поля “женщина в Интернете” характерны такие реакции пользователей-мужчин: “кибервумен, кибервуменша, миф, редкое, нетипичное, аномальное, не женственно, делать в Интернете нечего, не понимает в компьютерах, заблуждается в киберпространстве, редкость, неестественное явление, павлин в тундре, необыкновенная личность, женщина-чайник, Блондинка, виртуальная ведьма, проститутка, порно, обезьяна с гранатой...”. Ассоциативный семиотический ряд на словосочетание “мужчина в интернете”, выделенный из высказываний мужчин, выглядел таким образом: “только для джентльменов, суровый мужской язык, высоколобые умники, сугубо мужское пространство, последний бастион, мужской мир...”. В женском восприятии мужского образа в Интернете в основном преобладают инструментальные (игра, пользователь, спорт, работа, общение, любопытство), а также статусно-профессиональные характеристики (деловой, программист, солидный, умный, ученый). Автор исследования отмечает отсутствие негативных реакций на это словосочетание [8].

Исследователи обращают внимание на гендерный разрыв в доступе к цифровым технологиям (англ. Gender Digital Gap) и андроцентризм виртуальной реальности. Это выражается прежде всего в том, что программное оборудование ориентировано в основном на пользователей-мужчин. Помимо этого, мужчины как правило доминируют в дискуссионных группах, они игнорируют темы, предлагаемые женщинами или ответы жен-



щин, либо высказывают прямую и не всегда справедливую критику. Мужчины нередко используют агрессивный тон как в частной электронной переписке, так и в форумах и онлайн-общении. Основным гендерным стереотипом, который акцентируется в мужских форумах, это женщина как сексуальный объект.

В женских и в общих форумах женщине, в первую очередь, отдается роль матери и жены. Некоторые женщины высоко оценивают собственную профессиональную деятельность и независимость. Исследования разговоров на “досках объявлений” показали, что отсутствие телесного компонента в виртуальном гендере не является препятствием для сексизма: стереотипы и предубеждения переносятся из реальной в виртуальную среду, женщины подавляются и в электронном пространстве, подвергаясь различным формам сексуального унижения и оскорблений. К. Холл отмечает, что мужской дискурсивный стиль в Интернете является видом вербального насилия, крайне редко наблюдаемого между незнакомыми людьми в реальной жизни [2; 3; 4].

Для киберпространства характерны и другие признаки сексизма. Так, пользователи, которые описывают себя как женщин, сталкиваются с виртуальными проявлениями двух противоположных, но равно распространенных житейских норм: галантности и домогательств. Благодаря первой женские персонажи получают в игровом мире помощь в виде подсказок, волшебных мечей, амулетов и оберегов. Мужские персонажи никогда не получают подобной помощи. Однако это далеко не всегда проявление альтруизма. Чаще всего помощники хотят чего-нибудь взамен — дружбы или даже менее платонической благодарности. Нередко женские персонажи, получившие помощь, сталкиваются с виртуальными сексуальными домогательствами и предложениями виртуального секса. Один из исследователей так описывает свой опыт: «В двух-трех МПМ я играл за женщину, один раз добравшись до уровня волшебника. Другие игроки сначала осыпают тебя деньгами, чтобы помочь тебе на первых порах, а... потом они пытаются тебя потискать, и ты их отпихиваешь, а они не понимают, что на тебя нашло, и произносят знаменитую фразу: “В чем дело? Это же только игра”» [10, с. 211]. Некоторые исследователи коммуникативного феномена чата обращают внимание, что “...бесспорное лидерство в тематике чатовского действия принадлежит сексу... В ситуации анонимности и карнавальная атмосфера вседозволенности люди начинают реализовывать свои подавленные сексуальные желания... Флирт в чате всеобщ и вездесущ...” [9]. Исследователи также отмечают, что в результате отделения слова от тела и безнаказанности как следствия анонимности в сети растут вербальное насилие, межгендерная враждебность и вульгарность.

Отражением существующих гендерных норм служит и отношение МПМ-игроков к виртуальной “смене пола”. Случаи — реальные или гипотетические, — когда пользователи по-



дозревают, что игрок-мужчина управляет персонажем женского пола, вызывают бурные и весьма неприятные реакции. При этом ситуация, когда женщина играет за мужчину, редко становится предметом дискуссий. Мужчин, играющих женские персонажи, обвиняют в извращениях. Некоторые полагают, что смена пола, особенно в том случае, когда мужчины играют за женские персонажи, достойна презрения. Если становится известно, что за женский персонаж на самом деле играет мужчина, «некоторые начинают охотиться на него и не один раз убивают его за “преступление” смены пола» [10, с. 214]. Это сильно напоминает гомофобию “настоящих мужиков” в реальной жизни.

Возможность произвольного выбора пользователем МПМ иного виртуального пола и гендерной идентичности на первый взгляд расшатывает существующую гендерную систему. Текстовая самопрезентация освобождает пользователей от оков своего тела и делает возможной игру в любом произвольно выбранном виртуальном теле. Посредством игр в МПМ, где пользователи изображают виртуальную телесность и сексуальность, не имеющую референта в их собственной природе, размываются границы между природным (телесным) и сознательным (культурным). Игроки в этом смысле становятся кибернетическими телами, киборгами. Казалось бы, их не сдерживают никакие нормы реальной жизни, в виртуальном пространстве они могут обладать любой физиологией и сексуальностью — мужской, женской, мультисексуальной, аморфной — и какой-то еще, совершенно фантазийной. Но, как справедливо отмечает Э. Рейд, эти киборги не существуют в “постгендерном” мире, они лишь квази-бестелесны. И потому, играя с выбором виртуального тела — мужского, женского, андрогинного, антропоморфного животного, космического, — пользователи все равно не выходят за рамки гендерной матрицы, существующей в нашей культуре. Гендерная перверсия не затрагивает основ наличной гендерной системы. Игра в гендерного Другого происходит через перенесение на “виртуальное тело” принятых культурных символов и смыслов. Мужчины и женщины по-прежнему понимаются в терминах бинарной оппозиции. Существующая гендерная система не оспаривается в виртуальности, а конструируется по аналогии с реальностью.

## Литература

1. Бауман З. Индивидуализированное общество / Под ред. В.Л. Иноземцева. М., 2005.
2. Войскунский А.Е., Митина О.В. Применение модели множественной нелинейной регрессии для анализа гендерных различий в применении Интернета // Труды VI Всероссийской объединенной конференции “Технологии информационного общества — Интернет и современное общество (IST/IMS-2003)”. СПб., 2003.



3. *Гайфуллина А.* Гендерные стереотипы в электронной коммуникации // Вестник ТГГПУ. Сер. Филология и культура. 2007. № 4 (11).
4. *Горошко Е.И.* Гендерные особенности электронной коммуникации в Интернете // Право и безопасность. 2005. № 4/6.
5. *Горошко Е.И.* Интернет-коммуникации в гендерном измерении // Вестник пермского ун-та. Вып. 3. Пермь, 2006.
6. *Жичкина А.Е., Белинская Е.П.* Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/electronic>
7. *Затулий А.И., Бурнаева Е.М.* Гендерные идеалы: особенности самопрезентации пользователей Интернета // Вестник ТОГУ. Культурология и педагогика. 2012. № 1 (24).
8. *Компанцева Л.Ф.* Дискурс-анализ поведения мужчин и женщин в Сети // URL: <http://www.crimea.edu/tnu/magazine/culture/culture37/index.htm>
9. *Нестеров В.Ю.* Что выплавляют из тонн словесной руды, или Попытка реабилитации чатов // URL: <http://www.flogiston.ru/projects/articles/chat.shtml>
10. *Рейд Э.* Идентичность и кибернетическое тело // Массовая культура: современные западные исследования / Отв. ред. и предисл. В.В. Зверевой. М.: Фонд научных исследований “Прагматика культуры”, 2005.
11. *Сулер Дж.* Люди превращаются в электроников: Основные психологические характеристики виртуального пространства // URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/electronic>
12. *Щекотуров А.В.* Конструирование виртуальной гендерной идентичности подростков на страницах социальной сети “ВКонтакте” // Женщина в российском обществе. 2012. № 4.
13. *Якоба И.А.* Особенности интернет-коммуникации (лингвистический, социальный, гендерный аспекты) // Вестник ИрГТУ. 2012. № 3.
14. *Якобсон Д.* Формирование образа в киберпространстве: online-ожидания и offline-реальность в “текстовых” виртуальных сообществах // Массовая культура: современные западные исследования / Пер. с англ.; Отв. ред. и предисл. В.В. Зверевой. М.: Фонд научных исследований “Прагматика культуры”, 2005.
15. *Haraway D.* Simians, cyborgs, and women: the reinvention of nature. L.: Free Association, 1991.
16. *Heywood L., Drake J.* Third-Wave Agenda: Being Feminist, Doing Feminism. Minneapolis, 1997.
17. Listen Up: Voices from the Next Feminist Generation / Ed. by B. Findlen. Seattle, Wash., 1995.
18. *Slater D.* Social Relationships and Identity Online and Offline // Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs. L.: Sage Publications, 2002.
19. *Suler J.* Do Boys (and Girls) Just Wanna Have Fun? Male Gender-Switching in Cyberspace (and how to detect it) // URL: <http://www1.rider.edu/~suler/psyber/genderswap.html>
20. The global flow of information: legal, social, and cultural perspectives / Ed. by E. Katz and R. Subramanian. N.Y.: University Press, 2011.
21. *Turkle Sh.* Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. L.: Simon & Schuster, 1995.
22. *Vieto. M.* Rethinking Life Online: The Interactional Self as a Theory for Internet-Mediated Communication: [http://www.sfu.ca/~mavieta/Papers/Tech\\_Self/Vieta](http://www.sfu.ca/~mavieta/Papers/Tech_Self/Vieta).
23. URL: <http://www.vedomosti.ru/tech/news/22782691/facebook-rasshryaet-profil-polzovatelej>