

САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ И САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ ЧЕЛОВЕКА ПОСРЕДСТВОМ ТВОРЧЕСТВА В ВИРТУАЛЬНОМ МИРЕ¹

Сколота Зоя Николаевна, кандидат философских наук, доцент

Астраханский государственный университет
414056, Российская Федерация, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а
E-mail: dizoya@gmail.com

Статья посвящена осмыслению актуальной проблемы самоидентификации и самопрезентации в виртуальном пространстве через творчество. Рассматриваются различные формы творческой самопрезентации и самоидентификации в Сети, выделяется две их разновидности – пользовательская и профессиональная. Раскрываются их особенности. Выделяются принципы творческой активности в виртуальной среде, определяющие ряд преимуществ этой среды по сравнению с реальной жизнью.

Ключевые слова: самопрезентация, самоидентификация, творчество, пользователь, виртуальный мир, виртуальная реальность

SELF-IDENTIFICATION AND SELF-PRESENTATION BY CREATIVITY IN THE VIRTUAL WORLD

Skolota Zoya N., Ph.D. (Philosophy), Associate Professor

Astrakhan State University
20a Tatishchev, Astrakhan, 414056, Russian Federation
E-mail: dizoya@gmail.com

This article examines human search for identity and self-presentation through creativity in the virtual space. Various forms of creativity, development of personal identity and personal presentation on the net are discussed. Two types are distinguished : consumer and professional. Features of both are discussed and disclosed. The principles of creative activity in the virtual environment are highlighted, which give an a number of advantages over real world and real art.

Keywords: self-presentation, identity, creativity, user, virtual world, virtual reality

Прошлое столетие привело человечество к кардинальной смене традиционных парадигм. Произшедшая утрата устоявшихся нравственных, религиозных и познавательных ориентиров привела к созданию новых духовных ценностей и нового человека, а также создала обновленный образ самой культуры. Одной из тенденций современной культуры, оказывающей ошутимое воздействие на формирование и развитие человека, является процесс эстетизации. Принято говорить о том, что он охватывает все бытие человека, в различных областях (исторической, социальной, научной, художественной, утилитарной), реализуя его катарсические устремления. Чувственно-ценностная природа эстетического дает индивидууму основания не только для оценки окружающей действительности с точки зрения прекрасного, но и открывает бесконечные просторы для преобразовательной деятельности – творчества. Еще В. Беньямин утверждал, что люди XX в. воспринимают себя и свое окружение в качестве предметов искусства, что появление товаров массового потребления привело в высвобождению творческой энергии, которая переместилась в повседневную реальность[2, с. 134]. Высвобождение творческой энергии, а также трансформации в сфере чувственности современного человека знаменуют собой кардинальную перемену в поведении личности, делая приоритетным процесс, а не результат деятельности. Так стремительная эстетизация действительности на различных уровнях жизнедеятельности актуализирует созидательные, креативные потенции челове-

¹ Статья публикуется в рамках гранта РГНФ №14-0300289.

ка, приводя к возрастанию роли индивидуального события, делая творчество повседневной деятельностью. В обыденной действительности, к примеру, это проявляется в постоянной эстетизации среды обитания, внешнего вида человека, в организации массового досуга (различные шоу, спорт и т.п.).

Творческая активность человека, а также его многовековая мечта о создании иной реальности отличной от базовой, в которой индивид мог бы проявить себя как свободную неограниченную никакими внешними факторами (государством, материальным положением, социальным и гендерным статусом и т.п.) личность, воплотились в конце XX столетия в создании виртуального кибер-пространства, электронной реальности – Интернета. Созданная как усовершенствованное средство коммуникации, электронная среда достаточно быстро эволюционирует и наполняется характеристиками превышающими возможности базовой реальности во многих сферах. Такие характеристики глобальной сети как мобильность, аморфность, ризоматичность, бесконечность, гибкость может быть сравнима по своим возможностям только с человеческим сознанием и воображением. Фундаментом созданного человеком виртуального мира стала Идея, человеческая мысль, что предопределило атмосферу творчества царящую на просторах Интернета. Нельзя не согласиться с мыслью А. Неклеса, который утверждает, что Всемирная паутина является обобщенным символом призрачного Глобального Града, также отмечая, что привычный городской ландшафт – общественная среда обитания – конвертируется в динамичный интерьер – частную и произвольную среду, выводя актуальное бытие с улицы в виртуально-безбрежные просторы СМИ и Интернет [6, с. 141]. Так, виртуальный мир мгновенно стал неотъемлемой частью повседневной жизни большинства людей.

Виртуальные образы киберпространства стали основой для формирования новых архетипов и культурных кодов, ядром которых, в свою очередь, стали модифицированные представления о ценности, о красоте, о сущности бытия. Все это явилось показателем виртуализации культуры. Произошедший трансфер объектов жизнедеятельности человека, а также потребностей, отношений, чувств и эмоций сделал виртуальный мир симуляком реального. Поэтому и процессы, происходящие с личностью в базовой реальности, транслируются с некоторыми трансформациями в виртуальное пространство.

Одним из таких процессов является процесс социализации личности. Посредством усвоения социальных норм и ценностей, моделей поведения, а также психологических установок человек приобретает необходимые знания и опыт для успешного функционирования в обществе.

На первой фазе социализации происходит социальная адаптация индивида. То есть, осваивая различные социальные нормы и ценности, он учится быть как все, что приводит к растворению в социуме, «потере» на время его личности. Вторая фаза характеризуется стремлением индивида к максимальной персонализации [4]. Как правило, данная фаза переживается в подростковом возрасте и характеризуется индивидуализацией, самоидентификацией и самопрезентацией. Под самоидентификацией следует понимать один из способов самопознания личности, «самоотличение от иного» [9], раскрытие представления о самом себе на основе стремительно меняющихся социальных контекстов, который актуализируется через выяснение отношения человека к иному или другому [11]. Самопрезентация это одновременно сознательный и бессознательный акт самовыражения, направленный на создание благоприятного впечатления или впечатления, соответствующего чьим-то ожиданиям, «поведенческое выражение когнитивных элементов Я-концепции» [3]. Социализация в виртуальном мире по сути повторяет эти этапы и начинается с момента первой регистрации пользователя в Сети. В отличие от базовой реальности, где такие аспекты психофизиологической самоидентификации как выбор семьи, имени, детского сада и школы (институтов первичной социализации) не зависят от личности (предопределе-

ны родителями и окружением), в виртуальном пространстве когнитивный процесс поиска и принятия решения полностью зависит от личности пользователя Сети.

Проблема самоидентификации и самопрезентации личности в виртуальном мире сравнительно недавно стала чрезвычайно актуальной для философского дискурса. Работы А. А. Асмолова, Е.П. Белинской, А.Е. Войскунского, Э. Гидденса, А.Е. Жичкиной, З.С. Завьяловой, К.З. Кеиди, П. Келли, Н.В. Гордеева, В.Л. Римского., М.М. Соколова, Ж. Суллера, Е.Ш. Теркла, Р. Южаниновой, К.О. Черняевой, А.И. Шипицина, А.Е. Жичкиной и других раскрывают основные характеристики процессов самоидентификации и самопрезентации в виртуальном мире. Однако творческий аспект этих процессов по-прежнему остаётся малоизученным.

Как уже отмечалось выше, изначально заданные свойства интернет-среды делают процессы самоидентификации и самопрезентации бесконечно воспроизводимым, а также обуславливают их творчески. Возможность почувствовать себя креатором, ведущим, а не ведомым, объясняет стремление личности не просто пользоваться интернет-коммуникацией, а жить в ней. Представляется, что самопрезентация является воплощенным результатом самоидентификации. Самопрезентация в Сети это всегда эстетизация – стремление преобразовать, приукрасить (используя весь спектр категорий эстетики, не ограничиваясь лишь «прекрасным») себя или какой-либо объект реального мира. В результате эстетизации пользователь нередко создает качественно новый продукт, творчески выражая свою личность. Важно отметить, что в отличие от словесной самопрезентации (общения), самопрезентация посредством творчества, с точки зрения психологии, может быть более объективной, поскольку процесс творчества в первую очередь имеет бессознательный характер.

На наш взгляд, есть несколько различных форм самоидентификации и самопрезентации в виртуальном мире. Это социальные сети, блоги, сервисы видеохостинга (такие как YouTube), персональные сайты, онлайн-игры.

Правомерно говорить о двух разновидностях самопрезентации и самоидентификации посредством творчества в виртуальном пространстве:

- *пользовательской* (любые пользователи Интернета);
- *профессиональной* (художественный истеблишмент).

Идентификация пользователя происходит при входе в компьютерную систему через «имя» и «пароль» (login, user name). В этом случае самоидентификация и самопрезентация посредством творчества проявляет себя при выборе прозвища или псевдонима в чатах, сетевых играх, социальных сетях, блогах или «Живом журнале», на сайтах знакомств, а также в момент иллюстрации его «аватарой».

Задача пользовательской самопрезентации и самоидентификации связана с осмыслением ценностных ориентиров через осознание себя в виртуальном пространстве как активного субъекта, через виртуальную реконструкцию персональной идентичности [5, с. 101]. Выбирая форму для самопрезентации, личность тем самым идентифицирует себя в среде остальных пользователей. Что касается непосредственно виртуальной самопрезентации человека в киберпространстве, то она может использоваться как единственная возможность сублимации творческой энергии личности, а также удовлетворения потребности в признании. Понимая это, создатели интернет-контента применяют различные стратегии и технические решения, позволяющие пользователю получить одобрение и признание онлайн-аудитории, повышая при этом его компетентность [11, с. 20]. Однако здесь нередко симуляция – под чужими именами с отзовами и комментариями выступает сам создатель творческого продукта [12, с. 651].

Результатом первичного пользовательского самоопределения и самоидентификации в Сети является презентация себя через аватар. В виртуальном пространстве «аватар» являет собой маленькое графическое изображение. Чаще всего, «аватар» используется для отражения внешности и характера пользователя. По сути, это некая электронная душа человека. Анонимность Интернета, отрешенность от своей реальной личности дают человеку неограниченные возможности самоидентификации или самокреации.

Следующий этап представления самости пользователя в киберпространстве есть, на наш взгляд, четкий показатель самоидентификации себя в сети не только как человека воспринимающего информацию, но как транслирующего ее.

Используя социальные сети, блоги, форумы, сервисы видеохостинга, онлайн-игры пользователь начинает творить. Сначала пользователь становится Интернет-посредником, транслятором чужого творчества, выступая тем самым ключевым фактором в развитии Интернет-пространства, а также в распространении творческого контента. Однако позже пользователь, охваченный творческим процессом, может представить на суд публики и авторское творчество, например, размещая на видеохостинге личные видеозаписи. При этом осознавая свободу и полноценную способность к творческой деятельности, человек по-прежнему остается связанным с собственной эстетической программой. В силу своей открытости и доступности Интернет являет собой поле для ретрансляции ценностей массовой культуры. Поэтому самопрезентация для массового пользователя зачастую носит симулятивный характер. В выборе между «быть» и «казаться» он отдает предпочтение «казаться».

Одной из форм самопрезентации через творческую активность являются личные страницы пользователей в социальных сетях, которые могут представлять как реальную личность, так и карнавальную маску пользователя. Представляется, что как социальные сети, так и онлайн-игры транслируют реальный жизненный эстетический опыт человека, направленный на реализацию идеального образа собственной личности.

Итак, можно сказать в той или иной мере творчество стало частью виртуальной жизни каждого пользователя. Волшебство из детских сказок стало реальностью. Пользователь модифицирует свою внешность, преобразовывает ее до неузнаваемости, придавая различные свойства и характеристики, и этим проявляет свое творчество. И в обычной социальной реальности имеют место действия человека по эстетизации своего облика, т. е. ему свойственно желание нравиться. Однако повседневные действия такого порядка вряд ли можно назвать сиюминутным творческим актом, они носят утилитарный характер и растворены в бытовой реальности. В виртуальном мире личностных «воплощений» и самопрезентаций у одного человека может быть великое множество. Кроме того, они могут трансформироваться в зависимости от смены настроения, реального социального статуса и т.д. Презентация и идентификация своего «Я» являются инсценировкой индивидуальности [1, с. 75], которая трансформируется параллельно с изменением методов мышления и самоопределения в виртуальном пространстве. Однако, «проигрывая» разные роли, пользователь использует такие формы и методы идентичности, которые в реальной жизни было бы невозможно демонстрировать окружающим, поскольку «невербальные составляющие коммуникации эти идентичности разрушали бы» [7, с. 7]. Иными словами, творческая самоидентификация и самопрезентация в Сети технически ей же и обуславливаются (программы, аппаратные средства, социальные практики).

Второй рассматриваемый нами вид самопрезентации и самоидентификации посредством творчества в Сети – *профессиональный*. Еще на этапе технического вхождения в киберпространство человек может идентифицировать себя не только как пользователя, но и как художника, профессионально творческого человека. В данном случае самопрезентация и самоидентификация является виртуальной реконструкцией социальной и профессиональной идентичности построенной в базовой реальности. Художник-профессионал презентует себя через свое творчество, посредством авторского интернет-контента. Данный вид самопрезентации представлен достаточно широко в виртуальном мире. Остановимся на некоторых типах творческого контента.

Личные Web-сайты художников, писателей, актеров и музыкантов, иными словами, людей искусства. Здесь творчество может носить самый различный характер. Главная задача – идентифицировать себя не только в виртуальном мире, но и в мире реальном. Но как правило такие сайты носят второстепенный характер, концентрируя внимание не на «жизни» художника в кибер-пространстве, а на его реальном

творчестве и жизнедеятельности. Поэтому они могут быть максимально персонифицированы через фотографии с последними результатами творчества, личной жизни, а также содержать акты саморефлексии в виде дневниковых записей, представлять результаты творчества, полученные автором в нетипичной для него сфере (например, известный актер пишет книги или рисует картины и т.п.).

Net-art (Net-Art) – различные произведения искусства, созданные и существующие только в виртуальной среде. Презентация личности творца представлена в виде пикселированных визуальных образов, анимации, текста, графики, продуманной работы различных приложений, размещенных на web-странице. Эстетическая идентификация здесь может выглядеть следующим образом: как фото-коллаж с активными ссылками или «слепыми» гиперссылками; как небольшой видео ряд, последовательность которого регулируется зрителем, а его сюжетная линия может развиваться в тысячах вариантах; как бесконечная цепь дублирования информации; как набор коротких интернет-сообщений; как компьютерная игра со зрителем, финал которой всегда открыт; как шуточное изображение пораженного «вирусом» сайта или «взломанной» web-станции; как интерактивная маска, наполненная разнообразными саунд-треками (природные или урбанистические шумы, музыка, голоса людей или животных) и т.п. Все это вариации самопрезентации и самоидентификации исключительно методами дигитального творчества.

Основываясь на приведенных типах профессиональной творческой самоидентификации и самопрезентации можно говорить о том, что интернет-среда даёт множество преимуществ для творческой активности относительно базовой реальности. В этом смысле творчество в рамках виртуальной реальности опирается на следующие принципы.

Принцип «цехового сотрудничества». Физическая изоляция, отсутствие возможности общаться с «коллегами по цеху» в реальной жизни еще совсем недавно создавала реальные сложности для художников отдаленных уголков земли или для художников-инвалидов. Виртуальный мир ликвидирует эту проблему. Художник самостоятельно выбирает сферу своего интереса, блог или форум, где можно найти единомышленников, тем самым идентифицируя себя в профессиональной творческой среде. Интернет открывает простор для сотрудничества. В результате коэффициент коллективной творческой деятельности становится необычайно высоким. При этом идентификация художником себя в определённой арт-среде в виртуальной реальности, не обязательно лишает анонимности процесс самопрезентации. Анонимность имеет место и становится актуальной, когда в интернет-сообществе действует начинающий или не уверенный в себе художник.

Принцип «стартапа» (start-up). Проблема элитарности и недоступности творческого истеблишмента осталась за пределами виртуального мира. Интернет-среда дает равные базовые условия для всех. Иными словами, право на бесплатный блог или веб-страницу для выражения своих мнений и мыслей есть у любого пользователя Сети. Нередки случаи, когда человек попадает в арт-среду посредством роста своей популярности на различных видеохостингах, в прямом смысле проснувшись знаменитым после «загрузки» своего видео в Интернет. В этом случае мы видим яркую иллюстрацию виртуализации культуры. После самоидентификации и самопрезентации в виртуальной среде, набрав популярность за счет многомиллионных просмотров, автор уже как человек-искусства становится интересен для потенциальных реципиентов и профессионалов вне Интернета. Кроме того, финансовая сторона вопроса также немаловажна. Цена самопрезентации в Интернете будет ничтожно малой по сравнению со стоимостью производства и реализации книги или диска. Благодаря техническим возможностям кибер-пространства может быть услышан буквально каждый пользователь.

Принцип «свободы смыслов и выражений». Киберпространство дает личности возможность презентовать себя и свое творчество без каких-либо идейных ограничений. Почти полное отсутствие цензуры создает поле для беспрепятственных интерпретаций результата творчества, для его свободного обсуждения, контакта художника и

зрителя. Посредством Интернета рождается новый тип мастеров творчества, который специализируется на синтезе разнообразных средств представления информации. Техническая и пространственная свобода интернет-среды, никак неограничивающая творчество, может стать основой для создания художником инновационного арт-продукта.

Принцип «рыночной независимости». В XX в. произведения искусства постепенно перестают осознаваться как результат творчества. За ними закрепляется название – «арт-продукт». Средства массовой информации подавляют инициативу и творчество, превращая культуру в культуриндіустрию. Производство искусства должно быть включено в рыночные отношения иначе оно теряет всякую актуальность. Интернет-коммуникация изолирует рынок от отношений между художником и реципиентом, создавая между ними результативную интерактивную связь. Именно результаты творческой самоидентификации и самопрезентации художников в виртуальной среде могут оставаться свободными от конъюнктуры рынка.

Все эти очевидные преимущества виртуального мира, как уникального инструмента творчества, до бесконечности расширяют творческую среду, делая ее привлекательной для всех пользователей. С одной стороны, расширение пределов творчества в виртуальном мире, способствует «массовизации» творчества (по теории Ортега-и-Гассета) и как процесса и как результата, а повышенная роль личной идентичности зачастую симулирует богатое содержание внутреннего мира [8, с. 145]. Как следствие, размывается граница элитарности и сакральности творческого акта, культурная значимость духовного творчества также ставится под сомнение. С другой стороны, личная идентичность пользователей посредством творческого поиска в виртуальном пространстве становится некоторым положительным экспериментом, производимым сначала в виртуальной реальности, а, затем в реальном мире, являясь возможным путем выхода из кризиса идентичности, переживаемого человеком в современном мире. Кроме того, происходит эстетизация обыденной реальности в виртуальном пространстве, которая протекает здесь ярче и острее вследствие особенностей психологического воздействия киберпространства на каждого члена социума.

Список литературы

1. Белинская Е. П. Интернет и идентификационные структуры личности / Е. П. Белинская // "Социальные и психологические последствия применения информационных технологий" : материалы Международной интернет-конференции, (01.02.2001 – 01.05.2001). – Москва : Московский общественный научный фонд, 2001. – С. 77–84.
2. Беньямин В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости / В. Беньямин // Озарения. – Москва : Мартис, 2000. – С. 122–152.
3. Жичкина А. Е. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью / А. Е. Жичкина, Е. П. Белинская // Флогистон. – Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
4. Ключко Ю. Н. Социализация личности, её социальный статус и социальная роль / Ю. Н. Ключко // Северо-Кавказский федеральный университет. – Режим доступа: <http://www.ncstu.ru>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
5. Мальченков И. Е. Трансформация стратегий самопрезентации и идентификации в киберпространстве / И. Е. Мальченков // Социология. – 2011. – № 4. – С. 98–106.
6. Неклесса А. И. Глобальный Град: творение и разрушение. Размышления об истории, о цивилизации и прогрессе / А. И. Неклесса // Восток. Афро-азиатские общества: история и современность. – Москва : Наука, 2003. – № 1. – С. 136–155.
7. Римский В. Л. Воздействие сети Интернет на социальную активность, формирование и развитие идентичностей / В. Л. Римский. – Режим доступа: http://www.indem.ru/rimskiy/Identity_LC_Rim_1.htm, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
8. Тихонов О. В. Трансформация феномена идентичности в пространстве сети Интернет : автореф. дис. ... канд. филос. наук / О.В. Тихонов. – Казань : Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2013. – 177 с.
9. Шеманов А. Ю. Самоидентификация человека как антропогенетический феномен : автореф. дис. ... д-ра филос. наук / А. Ю. Шеманов. – Москва : Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, 2008. – 421 с.

10. Южанинова Е. Р. Самоидентификация современного человека: Причины кризиса и его развитие в интернет-пространстве / Е. Р. Южанинова, К. З. Кеидия // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 4. – Режим доступа: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2013/4/fil%D0%BEs%D0%BEfy%D0%B0/yuzhaninova-keidiya.pdf, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.

11. Bortree D. S. Presentation of Self on the Web: An Ethnographic Study of Teenage Girls' Weblogs / D. S. Bortree // Education, Communication and Information. – 2005. – No. 5 (1). – Pp. 25–39.

12. Dominick J. R. Who Do You Think You Are? Personal Home Pages and Self-Presentation on the World Wide Web / J. R. Dominick // Journalism and Mass Communication Quarterly. – 1999. – No. 76 (4). – Pp. 646–658.

References

1. Belinskaya Ye. P. Internet i identifikatsionnye struktury lichnosti [Internet and identification of personality structure]. *"Sotsialnye i psikhologicheskie posledstviya primeneniya informatsionnykh tekhnologiy"* : materialy Mezhdunarodnoy internet-konferentsii, (01.02.2001 – 01.05.2001) ["Social and psychological consequences of the use of information technology": proceedings of the International Internet Conference (01.02.2001 – 01.05.2001)], Moscow, Moscow Public Science Foundation Publ. House, 2001, pp. 77–84.

2. Benyamin V. Proizvedenie iskusstva v epokhu ego tekhnicheskoy vosproizvodimosti [Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction]. *Ozareniya* [Brainwave], Moscow, Martis Publ., 2000, pp. 122–152.

3. Zhichkina A. Ye., Belinskaya Ye. P. Strategii samoprezentatsii v Internet i ikh svyaz s realnoy identichnostyu [Strategies of self-presentation in the Internet and their relation to the real identity]. *Flogiston* [Phlogiston]. Available at: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>.

4. Klochko Yu. N. Sotsializatsiya lichnosti, ee sotsialnyy status i sotsialnaya rol [Socialization personality, her social status and social role]. *Severo-Kavkazskiy federalnyy universitet* [North Caucasian Federal University]. Available at: <http://www.ncstu.ru>.

5. Malchenkov I. Ye. Transformatsiya strategiy samoprezentatsii i identifikatsii v kiberprostranstve [transformation strategies of self-identification and in cyberspace]. *Sotsiologiya* [Sociologija], 2011, no. 4, pp. 98–106.

6. Neklessa A. I. Globalnyy Grad: tvorenie i razrushenie. Razmyshleniya ob istorii, o tsivilizatsii i progresse [Global Grad: creation and destruction. Reflections on the history of civilization and progress]. *Vostok. Afro-aziatskie obshchestva: istoriya i sovremennost* [East. Afro-Asian Society: Past and Present], Moscow, Nauka Publ., 2003, no. 1, pp. 136–155.

7. Rimskiy V. L. *Vozdeystvie seti Internet na sotsialnuyu aktivnost, formirovanie i razvitie identichnostey* [The impact of the Internet on social activism, the formation and development of identities]. Available at: http://www.indem.ru/rimskiy/Identity_LC_Rim_1.htm.

8. Tikhonov O. V. *Transformatsiya fenomena identichnosti v prostranstve seti Internet* [Transformation phenomenon of identity in the space of the Internet], Kazan, Kazan (Volga Region) Federal University Publ. House, 2013. 177 p.

9. Shemanov A. Yu. *Samoidentifikatsiya cheloveka kak antropogeneticheskiy fenomen* [Self-identification of man as anthropogenetic phenomenon], Moscow, Lomonosov Moscow State University Publ. House, 2008. 421 p.

10. Yuzhaninova Ye. R., Keidiya K. Z. Samoidentifikatsiya sovremennogo cheloveka: prichiny krizisa i ego razvitie v internet-prostranstve [Self-identification modern man: causes of the crisis and its development in the Internet space]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and practice of social development], 2013, no. 4. Available at: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2013/4/fil%D0%BEs%D0%BEfy%D0%B0/yuzhaninova-keidiya.pdf.

11. Bortree D. S. Presentation of Self on the Web: An Ethnographic Study of Teenage Girls' Weblogs. *Education, Communication and Information*, 2005, no. 5 (1), pp. 25–39.

12. Dominick J. R. Who Do You Think You Are? Personal Home Pages and Self-Presentation on the World Wide Web. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 1999, no. 76 (4), pp. 646–658.