

**IN THE SYSTEM OF SOCIAL COMMUNICATIONS**

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2021.78.3>

UDC 007:316.61

**Language Mask of a Social Network User  
as a Tool for Constructing a Multiple Identity**

**Hanna Sukharevska**

*PhD (social communications)*

*National University of Water and Environmental Engineering*

*11 Soborna St., Rivne city, 33028, Ukraine*

*Corresponding author's e-mail address: [info.sann@gmail.com](mailto:info.sann@gmail.com)*

**ABSTRACT**

The main objective of the article is to analyse significance of the language mask for communications practices in social networks, its role in transformation of personal identity under the influence of network communication. In the study, we applied sociocultural and psycholinguistic analysis in the context of an interdisciplinary approach, as a synthesis of knowledge of social communication, psycholinguistics and cultural theory. In addition, critical analysis of media narratives and typology method have become an important toolkit. Summing up the study results, it should be noted that fulfilment of the universal human need for self-expression in anonymous conditions of network communication leads to a variety of different narrative masks in virtual discourse, which makes it difficult to create their unambiguous unified typology.

However, it can be stated that creation of a linguistic mask is one of the important tools for constructing the identity of the author, who simultaneously appears as a marker of this identity. Today the existing typology of language strategies (event, analytical and artistic), in our opinion, should be supplemented by a visually oriented strategy, which is associated with the tendency of minimization of text formats and an increase of emphasis on the visual component. It is difficult to identify a separate strategy among ones that dominate in the modern network space, rather it is hybridity and a mixture of different strategies that generally corresponds to postmodern paradigm. In that regard, the interest in the phenomenon of multiple identity, when the network user creates not one but many language masks, becomes topical and relevant to the contemporary postmodern areas of research (actor-network theory). In this sense, identification of discursive levels (psychological, communication, philological) as meaningful discursive embodiments of narrative masks is relevant for future analysis, which different options of interaction can be used by the author to build a particular mask.

**KEYWORDS:** network communication; language mask; language strategy; identity; multiple identity.

## Мовна маска користувача соцмереж як інструмент конструювання множинної ідентичності

*Сухаревська Ганна Володимирівна, Національний університет водного господарства та природокористування, кандидат наук з соціальної комунікації, старший викладач кафедри журналістики та українознавства*

### Резюме

Метою статті є виявлення значення мовної маски для комунікаційних практик у соціальних мережах, її ролі у трансформації ідентичності особистості під впливом мережевої комунікації. У дослідженні застосовано соціокультурний і психолінгвістичний аналіз як синтез знань з соціальної комунікації, психолінгвістики і теорії культури. Крім цього, важливими інструментаріями стали аналіз медіанаративів і типологізація. Підсумовуючи результати дослідження, треба зазначити, що реалізація загальнолюдської потреби самовираження в анонімних умовах мережевого спілкування приводить до різноманіття наративних масок у віртуальному дискурсі, що ускладнює створення їх однозначної уніфікованої типології. Проте можна стверджувати, що створення мовної маски є одним з важливих інструментів конструювання ідентичності автора, який також одночасно постає і маркером цієї ідентичності. Найвну типологію мовних стратегій (подієву, аналітичну і художню), на нашу думку, нині можна доповнити візуально-орієнтованою стратегією. Це пов'язано з тенденцією мінімізації текстових форматів і збільшенням акценту на візуальному складнику. Серед стратегій, які домінують у сучасному мережевому просторі, складно виділити якусь окрему, швидше мова має йти про гібридність і змішування різних стратегій, що відповідає постмодерністській парадигмі. В цьому контексті актуальним і відповідним сучасним постмодерністським напрямом дослідження (акторно-мережева теорія) є і інтерес до феномену множинної ідентичності, коли користувач мережі створює не одну, а багато мовних масок. В цьому сенсі актуальним для майбутнього аналізу є виділення дискурсивних рівнів (психологічного, комунікаційного, філологічного) як значущих дискурсивних втілень наративної маски, різні варіанти взаємодії яких автор може використовувати для побудови тієї чи іншої маски.

**Ключові слова:** мережева комунікація; мовна маска; мовна стратегія; ідентичність; множинна ідентичність.

### Сухаревская Г.В. Языковая маска пользователя соцсетей как инструмент конструирования множественной идентичности

Целью статьи является выявление значения языковой маски для коммуникационных практик в социальных сетях, ее роли в трансформации идентичности личности под влиянием сетевой коммуникации. В исследовании применен социокультурный и психолингвистические анализ как синтез знаний по социальной коммуникации, психолингвистике и теории культуры. Кроме этого, важными инструментарием стали анализ медианаративов и типологизация. Подводя итоги исследования, надо отметить, что реализация общечеловеческой потребности самовыражения в анонимных условиях сетевого общения приводит

к многообразию нарративных масок в виртуальном дискурсе, что затрудняет создание их однозначной унифицированной типологии. Однако можно утверждать, что создание языковой маски является одним из важных инструментов конструирования идентичности автора, который также одновременно является и маркером этой идентичности. Имеющаяся типология речевых стратегий (событийную, аналитическую и художественную), по нашему мнению, в настоящее время можно дополнить визуально-ориентированной стратегией. Это связано с тенденцией минимизации текстовых форматов и увеличением акцента на визуальном составляющей постов. Среди стратегий, которые доминируют в современном сетевом пространстве, сложно выделить какую-то отдельную, скорее речь должна идти о гибридности и смешивании различных стратегий, что соответствует постмодернистской парадигме. В этом контексте актуальным и соответствующим современным постмодернистским направлениям исследования (акторно-сетевая теория) есть и интерес к феномену множественной идентичности, когда пользователь сети создает не одну, а много языковых масок.

В этом смысле актуальным для будущего анализа является выделение дискурсивных уровней (психологического, коммуникационного, филологического) как значимых дискурсивных воплощений нарративной маски, различные варианты взаимодействия которых автор может использовать для построения той или иной маски.

**Ключевые слова:** сетевая коммуникация; языковая маска; речевая стратегия; идентичность; множественная идентичность.

## 1. Вступ

Незадоволена потреба в самоідентифікації, болісна втрата власної визначеності, власних кордонів у реальному житті приводить сучасну людину до ігор з побудовою своїх ідентичностей у віртуальному комунікаційному просторі. Н. Луман у роботі «Медіакомунікації» стверджує, що незв'язність опосередкованих електронними медіа комунікативних актів є основним принципом «стирання» ідентичності: «Опосередкована комп'ютером комунікація, – пише Н. Луман, – допускає настільки незв'язані один з одним введення даних в комп'ютер і витяг з нього інформації, що про збереження будь-якої ідентичності тут говорити не доводиться» [1, с. 67]. Анонімне користування інтернетом надає людині великі можливості для створення будь-якої ідентичності. Буття людини у кіберпросторі – це буття однієї чи кількох мережевих ідентичностей у різних точках кіберпростору. Інструментом же створення ідентичності і її маркером, крім візуального образу, є «мовна маска». В цьому сенсі дослідження комунікативної стратегії в мережах і їх пов'язаність з ідентичністю індивіда привертає увагу спеціалістів з масової комунікації, медійників, філологів, психологів та соціологів. Мета статті – виявити значення мовної маски для комунікаційних практик у соціальних мережах, її ролі у трансформації ідентичності особистості під впливом мережевої комунікації.

## 2. Теоретичне підґрунтя

Тематика мережевого суспільства й особливості комунікації в ній привертала увагу багатьох сучасних дослідників і класиків. Ці питання вивчали М. Кастельс, М. Хоркхаймер, З. Бауман, М. Маклюен, А. Турен, Д. Масуда, П. Сервала-Шрайбер, Ю. Хабермас, Н. Луман, Д. Белл, А. Тоффлер, Р. Барт та ін.

Серед вітчизняних дослідників комунікаційних процесів в інтернет-просторі можна назвати: Г. Почепцова, В. Іванова, С. Коноплицького, В. Щербину, О. Горошко, Н. Шульгу, С. Шевченко, В. Бебика, Л. Хижняк, О. Матвеєва, Н. Кузнецову, О. Сусську, Н. Білан,

Н. Бойко, М. Кіцу, К. Олійник, О. Лабу, О. Дзюбіну, К. Когана, С. Нерян, О. Якимчук; російських дослідників: Д. Іванова, А. Лавренчука, А. Бондаренко, А. Лещенко, В. Сазонова. А Кацай, В. Нестерова.

Питанням комунікації особистості в соцмережах приділяли увагу такі дослідники: Р. Хойслінг, Ш. Теркл, С.-Ж. Лі і Б. Куїглі, Е. Пірсон, Н. Постер, К. Юнг, Р. Баумайстер, К. Янг, М. Гриффитс, П. Келли, Д. Донас, В. Нестеров, І Горелов, К. Седов, М. Ляпон, Б.Огібенин, А. Радионова. Є також праці вітчизняних дослідників С. Заборовської, О. Горошко, І. Кузнецової, С. Коноплицького, К. Гоцуляк, Л. Дідик, О. Немеш, І. Крейтор-Бантиш, Л. Березовської, В. Щербатюк, А. Кургузова та ін.

### 3. Методи дослідження

У дослідженні застосовано соціокультурний і психолінгвістичний аналіз як синтез знань з соціальної комунікації, психолінгвістики і теорії культури. Крім цього, важливим інструментом став критичний аналіз медіанаративів і метод типологізації.

### 4. Результати й обговорення

Унікальною особливістю мережі можна назвати створення практично будь-яких мережевих ідентичностей, а невидимість дає можливість не лише змінити зовнішній вигляд і повністю редукувати невербальні прояви, а й досягти майже абсолютного управління враженням про себе. Таким чином, кожен користувач є одночасно і автором і актором: він сам створює той чи інший характер або образ і виконує відповідну роль. «Пошук ідентичності роз'єднує і відокремлює, – стверджує З. Бауман. – Тоді як реконструкція ідентичності – процес, що є наслідком зміни світового порядку й організації нових складних структур» [2, с. 28]. На думку Р. Хойслінга, сучасна ідентичність індивіда, включеного в соціальні мережі, формується через зарахування його до однієї або кількох соціальних мереж [3].

Анонімність спілкування у віртуальному середовищі, наприклад в чатах або інтернет-щоденниках, дає комунікантам змогу поводитися трохи інакше, ніж в реальності. Як зазначає В. Нестеров, «увійшовши в чат, людина залишає за екраном монітора більшу частину своїх соціальних ролей. Це означає, що зникає звична детермінованість вчинків, поведінки. Людина робить не те, що повинна, а то, що хоче» [4, с. 35]. Таким чином, в мережі ми спілкуємося не з конкретною людиною, а з її віртуальною особистістю, або мережевою ідентичністю, яка «може навмисно відрізнитися від реальної ідентичності, а може бути лише невеликою її модифікацією, прикрашеною» [4, с.38]. Можливість генерації різних інформаційних масивів одним і тим самим автором у різних точках кіберпростору та в різний час відкриває перспективи для експериментування з власною ідентичністю.

Людина, яка представляє себе в інтернеті за допомогою своїх наративів, є, за Е.Берном, «людиною, що грає в ігри», яка моделює різні варіанти свого «Я». Це також надає можливість створювати різні типи свого віртуального «Я», виходячи зі своїх інтенцій, психологічних особливостей і мовних можливостей.

У реальній комунікації мовна поведінка особистості у міжособистісному спілкуванні, як і будь-яка інша поведінка, підпорядковується законам статусно-рольової взаємодії. Анонімність віртуального комунікаційного простору нівелює і реальні соціальні ролі, і статус тих, хто спілкується. Це дає їм змогу за допомогою наративної маски створювати нову ідентичність і приміряти на себе різні соціальні ролі.

Проте набір ситуативних ролей у віртуальному спілкуванні набагато менше, ніж в реальному, і обмежений рамками комунікаційних жанрів інтернету: електронна пошта, форум, конференція, чат, інтернет-щоденник тощо. На думку І. Горелова і К. Седова, мовні жанри «доречно порівнювати зі сценарієм комедії дель арте, в якій маски (ролі)

акторів задані досить чітко, однак розвиток дії дозволяє певну міру імпровізації» [6, с. 169]. Саме за такими принципами відбувається і формування мовних масок мережевого спілкування.

У реальній комунікації жестикуляція і міміка, голос, постава і типові пози допомагають формуванню мовної маски індивіда [7]. Основним способом особистісної самопрезентації в мережі, незважаючи на мультимедійність віртуального спілкування, є словесне само моделювання, тобто створення мовного автопортрета, який, на думку М. Ляпон, «може бути поліінформативним, що охоплює багатоаспектну характеристику індивідуального способу мовного осмислення картини світу, стратегії використання слова, або відтворювати домінуючу ознаку образу свого «Я» як мовної особистості як би в ескізного вирішенні, що затушовує подробиці» [8, с. 26]. Створюється ілюзія, що реальна особистість отримує унікальну можливість для вербального само моделювання, створення свого іншого, віртуального «Я», вільного від соціальної детермінованості. Однак соціальні стереотипи, правила і установки, засвоєні особистістю в реальному світі, іманентно присутні і в створенні нею свого віртуального двійника. Тому особистісна самопрезентація в мережі проявляється насамперед в активному створенні масок, використовуваних учасниками комунікації. Адаже саме маскування є найдавнішим способом перевтілення людини.

Семіотичні дослідження показали, що основна функція маски в різних культурах полягає в ізоляції і самоізоляції носія маски від зовнішнього культурного та соціального середовища [9, с. 56]. «Маска – це не я, а щось, що не має до мене стосунку. Маску одягають, щоб сховатися, знайти анонімність, привласнити собі чуже, не своє обличчя. Маска звільняє від міркувань престижу, соціальних умовностей і обов'язків відповідати очікуванням оточуючих», – пише І. Кон [10, с. 138]. Маска – це трансформація, захист, упізнання і маскування. Найдавніший сенс маски полягає в прояві надприродної сили. Так, шаман, який одягнув маску, ставав втіленням духу, якого він зображував. Магічний характер перетворення, представлений маскою, дозволяє «тому-що-є» стати «тим-чимось, яким хотілося-б-бути». Е. Родіонова в статтях, присвячених аналізу соціально-психологічних аспектів «маскування» [11, с. 167], вказує на спільні риси татуювання і носіння маски, які проявляються в прагненні людини коригувати природу, наділяючи її певними біологічними і фізичними рисами. Однак якщо татуювання лише фіксує особливий статус людини в громаді, то маска, яку можна змінювати, може вказувати також на колишній статус людини, оскільки з моменту одягнення маски він стає одночасно тією самою і не тією людиною, вступаючи в прикордонну сферу між людським і нелюдським. Отже, маска – лише певний засіб, інструмент, що не визначає остаточно статус людини, але здатен змінювати, моделювати його.

Разом з тим, залишаючись однією і тією самою в певному соціальному середовищі, серед тих же культурних обставин і умов, людина є носієм різних соціальних і особистих масок, які відображають всі ті ролі, які, свідомо чи несвідомо, виконуються нею протягом усього життя. Як казав Овідій, добре прожив той, хто добре сховався. Приховуючи під собою відкритість, маска перетворює будь-яке спілкування людей в спілкування масок.

За визначенням С. Заборовської, маска у віртуальному дискурсі – явище поліфункціональне. Так, маска – це з однієї сторони маскування, мімікрія, перевтілення, з другої – упізнання, з третьої – своєрідний захист, оскільки зміна маски дозволяє піти від неприємних співрозмовників або неприємних розмов; з четвертої – трансформація в будь-яку ідентичність, аж до зміни статі або вказівки невизначеної статі, що дає змогу вести розмову то з позиції дівчини, то з позиції юнака (залежно від намічених цілей і завдань спілкування) [7, с. 92]. Багатозначна семантика «маски» вводить у мережевий дискурс елемент гри, елемент своєрідного віртуального маскараду, що проявляється в різного роду фальсифікаціях, обманах і розіграшах. Так, М. Бахтін стверджував, що «в масці втілено ігровий початок життя» [12, с. 48].

Таким чином, маска, яка поряд з грою є найдавнішим феноменом культури, набуває у віртуальному дискурсі особливого значення. Текстова організація віртуального простору зумовлює заміну реальної особистості створюваними нею текстами, а отже, людина дорівнює нарративу. Вербалізація власних думок у той чи інший спосіб приводить користувача до створення певної нарративної маски, яка є його мовним «заступником» у просторі віртуального дискурсу і може тією чи іншою мірою відрізнятись не лише від реальної особистості, а й від її мовної маски в реальному спілкуванні. Мова йде про те, що віртуальність дозволяє людині приховати себе реального, натомість створений віртуальний образ може відрізнятись від реального. Більше того – людина може в мережі представлятися іншою особою, створювати цілу низку фальшивих масок.

Цікавою є типологія мовних стратегій за С. Заборовською, яка вважає, що рівні побудови мовної маски можуть бути представлені трьома стратегіями самоопису: подієвою, аналітичною та художньою (або поетичною).

Подієва стратегія самоопису представляє «літописця», для якого основними параметрами оповіді є факт і час. Наративом є більш-менш докладний виклад різних життєвих ситуацій, при цьому автор може бути досить недбалый у відборі мовного матеріалу, оскільки його основна мета – фіксація подій, а не їх осмислення [7, с. 4].

Аналітична стратегія самоопису представляє наратора-філософа, що рефлектує з приводу певних, важливих для нього, подій власного життя. Однак пости, створені за допомогою цієї стратегії, не є міркуваннями і роздумами на філософські теми або якимись філософськими побудовами (в першому значенні дієслова «філософствувати»), а скоріше «роздумуванням, мудруванням, міркуванням на загальні, абстрактні теми» [7, с. 4].

Художня (поетична) стратегія самоопису характеризує «творчу» нарративну маску, яка оформляє кожне повідомлення у вигляді одного з жанрів художньої оповіді: есе, поетичної замальовки, вірша, художньої оповіді, виявляючи письменницьке світознавство і світовідчуття, або використовує окремі художні прийоми в тому чи іншому повідомленні, оповіді, аналогічно початку, скажімо, казок: «в деякому царстві, у деякій державі ...» [7, с. 5].

На нашу думку сьогодні цей перелік типологій може бути доповнений ще однією стратегією, яка відображає тенденцію до зменшення тексту і збільшення візуального контенту. Окремі мережі (наприклад, інстаграм і ТікТок) орієнтовані на переважно візуальний контент. І в цьому сенсі, крім художньої, подієвої і аналітичної стратегій можна ще виділити і гібридну візуальноорієнтовану самопрезентаційну стратегію. За домінування цієї стратегії, індивід залучає всі попередні, використовуючи їх за потреби, і надає при цьому перевагу візуальному ряду, мінімізуючи об'єми тексту лише до підписів чи смайликів.

К. Янг відзначає, що створення віртуальної ідентичності йде за такими трьома стратегіями:

а) через вираження в ній ідеального «Я» суб'єкта, який може мати низьку самооцінку, підвищену тривожність, депресивні стани і под.;

б) через відображення в ній несвідомих компонентів «Я», що не виражаються у реальності, завдяки механізму психологічного захисту;

в) через створення універсального, з точки зору норм віртуальної взаємодії, персонажа, що має роліве визнання в будь-яких мережних спільнотах [13, с. 56].

Мережа сприяє створенню не однієї ідентичності, не однієї маски, а багатьох. Саме тому поширеною є не якась одна мовна стратегія, а їх змішування, гібридність. З цього приводу американський психолог Ш. Теркл зазначає, що термін «множинна особистість», що позначає психопатологічне розлад, в цьому випадку вельми оманливий, тому що різні частини «я» – це не повноцінна особистість, а скоріше відколоти, звільнені уламки. На противагу традиційним психоаналітичним теоріям, які виходять з унітарної людської

ідентичності, Ш. Теркл оцінює множинну змінну ідентичності як типовий постмодерністський феномен, який повною мірою розкривається в інтернеті [14].

Нині, в епоху постмодерну, множинна ідентичність уже не настільки маргінальна. Велика кількість людей переживає свої ідентичності як репертуар ролей, які можуть змінюватися і до яких можна пред'являти різні вимоги. Інтернет став важливою соціальною лабораторією для експериментів з конструюванням «я», що характерно для постмодерністського світовідчуття. У нашій віртуальній реальності ми самі створюємо наше власне «Я». Ш. Теркл також вважає, що кожен користувач інтернету експериментує з різними гранями своєї ідентичності і таким чином створює своє сучасне «Я» [14]. Однак множинні ідентичності тісно пов'язані між собою, що наочно демонструє домашня сторінка в інтернеті, яка складається з безлічі різноманітних матеріалів, що об'єднуються задумом автора в єдине ціле.

Цікаво, що і основний посыл сучасного вектора гуманітарного постмодерністського знання – постсоціальна, акторно-мережева теорія – фіксується на розриві зв'язків між ідентичностями і їх множинностями. Таким чином створюється теоретично підгрунття специфіки сучасних онтологічних процесів. На думку апологетів акторно-мережевого підходу, ці розриви виникають в умовах переходу від індустріального до постіндустріального суспільства і компенсуються, з одного боку, фрагментацією (розколом) ідентичності, з іншого – розширенням об'єкт-центричного оточення людини. За визначенням К. Кнорр-Цетіні, техно-соціальне оточення поступово заміщає ту роль у формуванні ідентичності людини, яку раніше визначали громади, сім'ї та спільноти [15]. Всі ці форми об'єднує залученість в «об'єктні відносини» людей з різноманітними речами, предметами, елементами техніки і повсякдення, які успішно конкурують з людськими відносинами і певною мірою замінюють їх. Об'єкти тепер розглядаються як посередники і партнери по взаємодії. Сфера послуг, що надавали живі люди, помітно звужується і заміщається автоматизованими електронними послугами, які вже не є соціальними структурами і не виявляють зацікавленості в їх існуванні. К. Кнорр-Цетіна звертає увагу на те, що головною площиною, де сталось подібне «заміщення» соціальних взаємодій мікроструктур комунікації, є комп'ютерні мережі – ідеальне місце для їх реалізації [15].

## 5. Висновки

Підсумовуючи все вищесказане треба зазначити, що реалізація загальнолюдської потреби самовираження в анонімних умовах мережевого спілкування приводить до різноманіття різних наративних масок у віртуальному дискурсі, що ускладнює створення їх уніфікованої типології. Проте можна стверджувати, що створення мовної маски є одним з важливих інструментів конструювання ідентичності автора, який одночасно постає і маркером цієї ідентичності. Мовна маска, яка є давнім феноменом культури, набуває у віртуальному дискурсі особливого значення. Текстова організація віртуального простору зумовлює заміну реальної особистості створюваними нею текстами, таким чином, людина дорівнюється наративу. Відтворення власних думок у текстах соцмереж веде автора до створення певної наративної маски, яка є його мовним «знаряддям», як певним захистом у просторі віртуального дискурсу і може тією чи іншою мірою відрізнитися не лише від реальної особистості, а й від її мовної маски в реальному спілкуванні. Найявна типологія мовних стратегій як інструментів мовних масок (подієва, аналітична і художня), на нашу думку, має бути доповнена візуально-орієнтованою стратегією, що пов'язано з тенденцією мінімізації текстових форматів і збільшення акценту на візуальному складнику. Серед стратегій, які домінують у сучасному мережевому просторі, складно виділити якусь окрему. Швидше мова має йти про гібридність і змішування різних стратегій, що в цілому відповідає постмодерністській парадигмі. В цьому контексті актуальним і відповідним

сучасним постмодерністським напрямом дослідження (акторно-мережева теорія) є інтерес до феномену множинної ідентичності, коли користувач мережі створює не одну, а багато мовних масок. Так, на противагу традиційним психоаналітичним теоріям, які виходять з унітарної людської ідентичності, сучасні дослідники оцінюють множинну зміну ідентичності як типовий постмодерністський феномен, який повною мірою розкривається саме в інтернеті. Завдяки соцмережам велика кількість людей створює свої ідентичності як репертуар ролей, які можуть змішуватися і до яких можна висувати різні вимоги. Таким чином, інтернет стає важливою соціальною лабораторією для експериментів з конструюванням «Я», що характерно для постмодерністського світовідчуття і світогляду. Створюються для цього основи і в межах наукового знання. Так сучасний напрям гуманітаристики – постсоціальна, акторно-мережева теорія акцентує свою увагу на множинності ідентичностей і факторах розриву зв'язків між ними. Отже, створюється теоретичне підґрунтя нових процесів у соцмережах. В цьому сенсі актуальним для майбутнього аналізу є виділення дискурсивних рівнів (психологічного, комунікаційного, філологічного) як значущих дискурсивних втілень нарративних масок, різні варіанти взаємодії яких можуть використовуватися автором для побудови тієї чи іншої маски.

## References

1. Luman, N. (2005), *Media Communications*, Logos, Moscow, 280 p.
2. Bauman, Z. (2002), *Individualized Society*, Logos, Moscow, 324 p.
3. Haeussling, R. (2003), *Social Processes as Network Games. Sociological Essay on the Main Aspects of Network Theory*, Logos-Altera, Moscow, 359 p.
4. Nesterov, V.Iu. (2017), “What is smelted from “tons of verbal ore”, or an attempt to rehabilitate chats”, *Flogiston*, available at: [https://cyberpsy.ru/articles/nesterov-internet\\_](https://cyberpsy.ru/articles/nesterov-internet_) (accessed data 26.03.2021)
5. Nesterov, V.Iu. & Nesterova, E.I. (1999), “Carnival component as one of the factors of communicative phenomenon of chats”, *Flogiston*, available at: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/nesterov> (accessed data 26.03.2021).
6. Gorelov, I.N. & Sedov, K.F. (2004), *Fundamentals of Psycholinguistics*, Labirint, Moscow, 320 p.
7. Zaborovskaia, S.V. (2006), *Features of Virtual Discourse in the Internet Space (On the Example of Internet Diaries)*, Abstract of the PhD diss. (philol. sci.), Kharkiv, 19 p.
8. Liapon, M.V. (1989), “Assessment situation and verbal self-modeling”, *Iazyk i Lichnost [Language and Personality]*, Nauka, Moscow, pp. 24–33
9. Ogibenin, B.L. (1973), “The mask in the light of functional approach”, *Sbornik Statei po Vtorichnym Modeliruiushchim Sistemam [Collection of Articles on Secondary Modeling Systems]*, Izd-vo Tart. gos. un-ta, Tartu, pp. 56–65.
10. Kon, I. S. (2006), *Interdisciplinary Researches. Sociology. Psychology. Sexology. Anthropology*, Feniks, Rostov-on-Don, 605 p.
11. Rodionova, E.A. (1979), “Means for describing a personality and “a stage model”, *Sotsialnaia Psikhologiya i Lichnosti [Social Personality Psychology]*, Nauka, Moscow, pp. 300–324.
12. Bakhtin, M.M. (1990), *Works by Francois Rabelais and Folk Culture of the Middle Ages and Renaissance*, Hudozh. lit., Moscow, 542 p.
13. Young, K. S. (1997), “What makes the Internet addictive: potential explanations for pathological Internet use”, *Proceedings of the 105<sup>th</sup> Annual Conference of the American Psychological Association*, Chicago, IL, available at: <https://www.healthyplace.com/addictions/center-for-internet-addiction-recovery/what-makes-the-internet-addictive-potencial> (accessed data 26.03.2021).

14. Turkle, Sh. (2012), “Loneliness in the network, or once more about the importance of real-life communication”, *CoSSA*, available at: <http://www.cossa.ru/234/16309/> (accessed data 26.03.2021).

15. Knorr-Tcetina, K. (2002), “Object sociality: social relations in post-social knowledge societies”, *Zhurnal Sotsiologii i Sotsialnoi Antropologii [Journal of Sociology and Social Anthropology]*, vol. 5, no.1, pp. 101-124, available at: <http://ecsocman.hse.ru/jssa/msg/19126181.html> (accessed data 26.03.2021).

Submitted 07.04.2021

## Список літератури

1. Луман Н. Медиакоммуникации / пер. с нем. А.Глухов, О.Никифоров. Москва : Логос, 2005. 280 с. URL: <https://avidreaders.ru/book/media-kommunikacii.html> (дата звернення 26.03.2021).

2. Бауман З. Индивидуализированное общество. Москва : Логос, 2002. 324 с.

3. Хойслинг Р. Социальные процессы как сетевые игры. Социологическое эссе по основным аспектам сетевой теории. Москва : Логос-Альтера, 2003. 359 с.

4. Нестеров В.Ю. Что выплавляют из «тонн словесной руды», или попытка реабилитации чатов // Флогистон. URL: [https://cyberpsy.ru/articles/nesterov-internet\\_chats](https://cyberpsy.ru/articles/nesterov-internet_chats) (дата звернення 26.03.2021).

5. Нестеров В. Ю., Нестерова Е.И. Карнавальная составляющая как один из факторов коммуникативного феномена чатов // Флогистон. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/nesterov> (дата звернення 26.03.2021).

6. Горелов И.Н., Седов К.Ф. Основы психолингвистики. Москва : Лабиринт, 2004. 320 с.

7. Заборовская С.В. Особенности виртуального дискурса в пространстве Интернет (на примере интернет-дневников) Автореф. дис. на соискание ученой степени кандидата филологических наук [спец.] 10.02.02 – русский язык. Харьков, 2006. 19 с.

8. Ляпон М.В. Оценочная ситуация и словесное само моделирование // Язык и личность. Москва : Наука, 1989. С. 24–33.

9. Огибенин Б.Л. Маска в свете функционального подхода // Сборник статей по вторичным моделирующим системам. Тарту, Изд-во Тарт. гос. ун-та, 1973. С. 56–65.

10. Кон И. С. Междисциплинарные исследования. Социология. Психология. Сексология. Антропология. Ростов-на-Дону : Феникс, 2006. 605 с.

11. Родионова Е.А. Способы описания личности и «сценическая модель» // Социальная психология личности. Москва : Наука, 1979. С. 300–324.

12. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. Москва : Худож. лит., 1990. 542 с.

13. Young K. S. What makes the Internet so addictive: Potential explanations for pathological Internet use // Paper presented at the 105<sup>th</sup> Annual Conference of the American Psychological Association. Chicago, IL, August, 1997.

14. Теркл Ш. Одиночество в сети, или ещё раз о важности живого общения // *Cossa*. URL: <http://www.cossa.ru/234/16309/> (дата звернення 26.03.2021).

15. Кнорр-Цетина К. Объектная социальность: общественные отношения в постсоциальных обществах знания // Журнал социологии и социальной антропологии. 2002. Т.5. № 1. С. 101-124. URL: <http://ecsocman.hse.ru/jssa/msg/19126181.html> (дата звернення 26.03.2021).

Надійшла до редколегії 07.04.2021