

## Пол. Гендер. Интернет<sup>1</sup>

А.Е. Войскунский

**Пол и гендер.** В последние десятилетия гендерная тематика принадлежит к числу наиболее бурно развивающихся направлений развития целого ряда общественных наук, в числе которых культурология, психология, философия, экономика, социология, юриспруденция, педагогика, история и др. Это во многом объясняется новым этапом развития феминистских идей, а также реакцией на предшествующие этапы, когда соответствующая проблематика игнорировалась. Изучение половых различий и гендерных проблем по праву занимает все более заметное место.

За основу различия между полом и гендером обычно принимается биологический пол, или анатомическое строение. На самом деле с этим не все очевидно. Во-первых, специалистам хорошо известно, что встречаются неоднозначные врожденные анатомические особенности. Во-вторых, полотиличное поведение – не обязательный атрибут пола, а продукт культурного развития. Описаны (З.Фрейдом, К.Хорни, М.Мид, Т.Парсонсом, М.Фуко, Ж.Лаканом и др.) психологические, экономико-демографические и социологические механизмы дифференциальной социализации, или обретения «социального» пола ребенком с нормальным анатомическим строением: идентификация с матерью или отцом, освоение половых ролей в процессе социализации, нормативное давление, исторически меняющийся тип сексуальности, половая идентичность и т.п. В-третьих, невозможно закрывать глаза на развитие социальной практики смены пола и/или на нетрадиционное сексуальное поведение – трансвестизм, бисексуальность, гомосексуальность, транссексуальность и т.д.

Таким образом, пол – не дихотомическая характеристика. Рассмотрим некоторые этнографические данные, описанные С.Ушакиным [17]. Так, прослойка «бердашей» (berdache) среди североамериканских индейцев включает как анатомически безупречных мужчин, так и анатомически безупречных женщин. Будучи устойчивой социальной группой, бердаши демонстрируют «смешанную» модель поведения. При этом они не маргиналы – наоборот, пользуются немалым социальным престижем. Истоки «бердашизма» исследователи ищут в системе разделения труда, в духовных первоосновах бытия, но никак не в анатомии. «Третий пол» в племени индейцев навахо именуется «нэдл» (nadle), он включает и гермафродитов, и здоровых членов племени, которые полагают, что их мироощущение не укладывается в дихотомическую структуру. Ксанифы (xanith) в Омане в юридическом плане – мужчины (гомосексуальные), но при этом их контакты (считается, что неполые) с женщинами, с которыми они не состоят в родстве, не табуированы столь сильно, как это принято в мусульманском мире. Женившись, ксанифы покидают свое сообщество, утрачивая при этом привилегию свободного общения с женщинами. В африканских племенах практикуются однополые браки между женщинами: при этом «муж» не только распоряжается имуществом, детьми и трудом «жены», но и подбирает ей полового партнера-мужчину. Женщине-«мужу» даже доступна полигиния («многоженство»): «женщине-вождю южноафриканского племени Ловеду (Lovedu) соседние племена, стремящиеся установить хорошие отношения, традиционно дарили в качестве подарка жен» [17, с. 79]. В кенийском племени Нанди женщина-«муж» становится приемным «отцом» сына своей «жены» – обычно в такой брак вступают женщины, вышедшие из детородного возраста и не имеющие наследника мужского пола.

Каково же место гендера среди разновидностей анатомических особенностей, сексуального поведения, социально-экономических отношений? В самом общем смысле, гендер – это социокультурно (и социопсихологически) обусловленная совокупность различий между женщинами и мужчинами. В настоящее время считается, что пол и характеризующие его психологические свойства – это своего рода континуум [5; 6; 10]. «*Мужественностей*” и “*женственностей*” становится много...» [17, с. 84]. Когда были выделены *маскулинность* и *фемининность* как психологические конструкты, они вскоре перестали пониматься как взаимоисключающие нормативные модели безусловно женского или безусловно мужского поведения: оба этих конструкта в той или иной степени характеризуют одного и того же (и при этом каждого) субъекта. Попытку вывести гендерные различия из биологических половых различий Ш.Берн [5] квалифицирует как «фундаментальную ошибку гендерной атрибуции». На основании экспериментальных данных В.В.Знаков замечает, что «маскулинность является преимущественно (но не исключительно) мужским качеством, а фемининность женским» [10]. Психологи предпочитают говорить о гендерной идентичности, подчеркивая при этом, что «жесткая поляризация социальных функций мужчины и женщины разрушается, происходит ломка традиционных культурных стереотипов мужского и женского поведения» [11, с. 74].

Процессы «маскулинизации» женщин в целом (и отдельной девушки), как и «феминизации» мужчин в целом (и отдельного юноши) часто вызывают тревогу у обывателей и публицистов; психологические же исследования показывают, что эти процессы скорее закономерны, чем случайны. «... Мужественность и женственность не противопоставлены друг другу, а человек может обладать одновременно и мужественными, и женственными чертами. ... Даже желательно быть *андрогинным(-ой)*, то есть вобрать в себя лучшее из обеих половых ролей» [5, с.

<sup>1</sup> Работа выполнена при поддержке РГНФ, грант № 01-06-00208.

71]. Андрогиния связана с достаточно высокими показателями и по шкале маскулинности, и по шкале фемининности; ряд специалистов полагает, что она может со временем стать нормой для представителей обоих полов. Как оказалось, андрогиния связана с ситуативной гибкостью, высокой самооценкой, мотивацией достижения, успешным родительским поведением, субъективным ощущением благополучия [5].

**«Гендерный разрыв» в доступе к информационным технологиям.** Под «гендерным разрывом» в применении Интернета обычно понимается скромная (по сравнению с мужчинами) представленность женщин в Интернет-сообществе. В количественном аспекте разрыв этот мало ощущается. Так, по данным Nielsen/NetRatings ([www.netratings.com/](http://www.netratings.com/)), количество пользователей женского пола в США еще в апреле 2000 г. превысило количество пользователей-мужчин. Во всемирном масштабе момент количественного равенства двух полов в Интернете еще не настал; впрочем, точных статистических данных (см., напр., [www.nua.ie](http://www.nua.ie)) для многих территорий нет, или они ненадежны. Применительно к России достаточно надежные статистические результаты стали доступны относительно недавно.

На основании опроса 21 000 респондентов старше 18 лет, выполненного в июне-августе 2003 г. (по методике агентства Nielsen/NetRatings), специалисты Фонда «Общественное мнение» ([www.fom.ru](http://www.fom.ru)) отмечают, что в России 14% мужчин и 9% женщин применяют Интернет (эти величины увеличиваются приблизительно на 1% каждые три месяца). Доли мужчин и женщин среди пользователей пока неравномерны и составляют 58% и 42%. Оговоримся, что эти данные относятся к взрослому населению России; учет детей и подростков привел бы к необходимости некоторой коррекции данных.

Во всем мире наблюдаются неравный доступ полов к компьютерам и относительно низкая заинтересованность представительниц женского пола в работе с информационными технологиями. Это отчасти объясняется меньшим интересом к технике и к точным наукам у женщин сравнительно с мужчинами, а отчасти – податливостью выбирающих профессию девушек к ожиданиям окружающих; последние же часто убеждены, что женщине следует держаться подальше от компьютеров. Детальному рассмотрению тех аспектов, которые привлекаются для объяснения феномена относительно малой заинтересованности женщин, девушек и девочек в применении компьютеров, посвящены обзорная работа [12] и раздел в книге [2, с. 29-45].

Ограничимся различиями в применении представителями разных полов не компьютеров вообще, а именно *Интернета*. В частности, опосредствованного Интернетом общения и участия в онлайн-играх; о различиях в познавательной активности мало что известно, так что данный аспект не будет рассматриваться.

**Половые различия в общении посредством Интернета.** Структура интересов применяющих Интернет женщин и мужчин различна, и вопреки мнению представительниц «киберфеминизма» [26], это закономерно. Киберфеминистки с самого начала восприняли Интернет как новое пространство борьбы с засильем мужского доминирования. Ниже мы увидим, что на самом деле в пространстве Интернета отчасти размываются как маскулинная, так и фемининная идентичность. Так, при исследовании россиянок, пользующихся Интернетом, был сделан вывод о разделении их на тех, кто предпочитает «гендерно-унифицированные» или «гендерно-специализированные» стили взаимодействия [1]. Во многом аналогичные стили выбирают для себя научные работники и университетские преподаватели женского пола, для которых разработка веб-страницы есть необходимый элемент самопрезентации [24].

Под «гендерным разрывом» понимается [21; 23; 25], что для женщин Интернет – это в основном общение и поддержание социальных связей; структура же деятельности мужчин более широка. Относительное невнимание женщин к сервисам WWW связано, в частности, с незначительным количеством предназначенных для них информационных ресурсов [23]. Результаты проведенного в Сингапуре исследования показали [28], что (1) молодые женщины дольше и чаще, чем их ровесники мужского пола, заняты отправкой и получением сообщений; после 21 года эти показатели выравниваются, (2) мужчины чаще, чем женщины, осуществляют навигацию по WWW, и делают это более умело, при том, что длительность сеансов навигации у мужчин и у женщин не различается, (3) скачиванием из Интернета файлов и программ мужчины занимаются и чаще, и более длительное время, чем женщины, (4) в онлайн-покупке товаров и услуг половые различия не выявлены.

При общении посредством Интернета женщины проявляют большую тревожность и депрессивность, их отношение к Интернету менее позитивно, чем отношение мужчин [21]. Стоит отметить, что у мужчин фиксируются более высокие показатели по шкале «одиночество»: складывается впечатление, что женщины, интенсивно общаясь посредством коммуникативных сервисов Интернета, компенсируют одиночество; мужчины же, уделяя меньшее время коммуникации, свое одиночество усугубляют [21]. Испытуемыми служили недавно поступившие в университет студенты, оторванные от привычного окружения и потому испытывающие чувство одиночества.

Обобщенные положения приводят Ш.Текл [29] и Дж. Морахан-Мартин [25]. По их данным, в групповых обсуждениях, в чатах, в коммуникации в ходе групповых игр и др. женщины выполняют во многом соглашательскую и подчиненную роль; доминирование в группе и инициацию новых тем для обсуждения обыкновенно берут на себя мужчины. Отправленные женщинами сообщения отличаются большей эмоциональностью (в том числе за счет «смайликов»), они в среднем короче сообщений, авторами которых являются мужчины. Иницируемые женщинами темы часто «повисают», не находя поддержки среди других участников, либо встречают прямую и не всегда справедливую критику.

Мужчины утверждают с помощью вербальных средств свой статус, чаще описывают действия или призывают к ним, а также обсуждают и/или сообщают факты; многие их суждения решительны и безапелляционны. Сообщения, отправленные женщинами, часто направлены на смягчение сложившегося в группе напряжения, на сохранение эмоционального комфорта и стабильности, а предлагаемые мнения высказываются в осторожной и гипотетичной манере. Правда, по некоторым данным, женщины в то же время сравнительно чаще, чем мужчины, иницируют

неприятные обсуждения, скандалы и разборки (т.н. «флейминг» или «троллинг»). Следует, однако, признать, что перечисленные выше особенности относятся к числу тенденций, а не закономерностей.

**Половые различия в участии в онлайн-играх.** Освоение гендерной роли во многом определяется, как отмечалось выше, культурными стереотипами, а среди последних немаловажное значение имеют «игрушки, которыми мы играем»: игрушки для девочек и для мальчиков обладают очевидной полоролевой спецификой. Вопрос о врожденных гендерных предпочтениях в выборе детьми игрушек остается открытым. Эти проблемы подробно рассмотрены в публикациях [5; 20].

Онлайновые, компьютерные и видео-игры изначально ориентировались на заинтересованность представителей сильного пола. Разработчикам предстояло решить: предлагать ли девочкам и женщинам испытывать силы в играх, популярных среди мужчин, или же приступить к созданию игрового пространства, предназначенного для представительниц женского пола? Те, кто пошел по второму пути, добились определенных успехов. Как считается, в 1989 г. Roberta Williams начала вводить в компьютерные игры женские персонажи, а в 1994 г. была разработана первая игра специально для девочек (дизайнер Trina Roberts) [20]. С тех пор сектор рынка игр для девочек развивается, хотя и не так успешно, как игры, вызывающие интерес у мальчиков. Например, по данным отечественных исследователей, лишь половина опрошенных девочек 7-9 лет высказывает готовность идентифицироваться с игровым персонажем, а среди их одноклассников-мальчиков таковых насчитывается 90% [14, с. 387].

«Гендерный разрыв» между игроками в компьютерные игры вполне заметен («процент играющих в компьютерные игры среди мальчиков существенно выше во всех возрастных группах» [15, с. 75]), однако имеет тенденцию к исчезновению: игроки женского пола составляют от 35% до 43% всех игроков [27]. Согласно опубликованному летом 2003 г. отчету, 57% студентов и 75% студентов в США играют в опосредствованные Интернетом игры ([www.pewinternet.org/reports/toc.asp?Report=93](http://www.pewinternet.org/reports/toc.asp?Report=93)). Разработчики ищут подходы к завоеванию женской аудитории: в отличие от школьниц, взрослых женщин не привлекают ни «сексистский» игровой дизайн, ни игры, сюжеты которых напоминают «мыльные оперы», ни сами по себе женские персонажи в распространенных играх. Так что создание привлекательных для женщин всех возрастов онлайн-игр представляет собой до сих пор не вполне решенную задачу.

**Смена половой идентичности в опосредствованном Интернетом общении.** Интернетом можно пользоваться под псевдонимом, а общение происходит в основном посредством письменной речи. В 1950 г. А.Тьюринг [16] разработал гипотетическую процедуру «игры в имитацию» для диагностики интеллектуальных способностей компьютеров («тест Тьюринга») посредством определения пола собеседника на основании его/ее письменных сообщений. Хотя многие сочли диагностику пола наименее существенным элементом процедуры (см. подробнее [7]), по прошествии полувека задача определения пола партнера по письменному общению стала актуальной.

Широко признается, что в Интернете распространены «игры» с изменением собственной идентичности; вслед за основоположником эго-психологии Э.Эриксоном [18] идентичность понимается как чувство «непрерывной самоидентичности», которая очевидна и для других людей и признается ими. С одной стороны, «изменение» пользователями Интернета биологического пола, психологических и моральных детерминант личности – не более чем развлечение. Однако в ряде случаев, по-видимому, при этом находит проявление – воспользуемся терминологией эго-психологии – «диффузия» или «мораторий» идентичности, либо «негативная» идентичность, или идут ролевые эксперименты с отходом от «реального Я» к «динамическому», «идеальному» либо «фантастическому» «Я», проигрываются и сравниваются те пути формирования личности, которые в силу разных жизненных причин не получили развития.

Едва ли будет преувеличением сказать, что параллельное бытие качественно различных «личностей» - почти норма для опытного игрока в онлайн-игры; каждый вправе вступить в онлайн-ролевую игру как существо *мужского* или *женского* пола (в том числе – инвертировать собственный пол), а также *нейтрального* или даже *множественного* (например, «пчелиный рой») пола; а некоторых пор обрела популярность такая опция, как «*спивак*» - «по имени профессора математики Майкла Спивака, учебники которого написаны нейтральным в отношении пола языком» [22, р. 172]. Одними из первых обратили внимание на разнообразные способы формирования и инвертирования (в основном, в играх) сетевой идентичности Ш.Текл [29] и ее ученица Э.Брукман [19].

Книга Ш.Текл изобилует конкретными примерами «смены половой идентичности» мужчинам и женщинами. При этом считается, что первые чаще осуществляют изменение пола, в то время как женщинам более свойственно скрывать свой пол или не афишировать его. При коммуникации на английском языке такие действия облегчаются тем, что глагольные формы не различаются, а употребления полоспецифичных личных местоимений можно избегать. В русскоязычном общении языковых маркеров пола больше, чем в английской речи. Однако в наших исследованиях [1] были выделены две тенденции, которые характеризуют Интернет-общение российских женщин: или эксплицитное информирование собеседников о своем поле, или нежелание подчеркивать его, готовность вести общение «на нейтральном поле» либо по-мужски жестко. Правда, лишиться некоторых предпочтений («права» на ошибку, на беспомощность в сложных ситуациях, на принятие совета и помощи) – это испытание: «Многие из тех женщин, которые решились принять участие в игровых взаимодействиях в качестве персонажей противоположного пола, испытали шок в связи с резким снижением степени и частоты жестов помощи и общей вежливости...» [13, с. 88-89].

Причины «смены» в игре пола или скрывания его можно попытаться объяснить следующим образом. Исторически сообщество пользователей Интернета формировалось в основном из представителей мужского пола. Немногочисленные женщины обращали на себя внимание и становились известны. Подобная тенденция сохранилась,

поскольку женщины реже пользуются игровыми, а отчасти и коммуникативными сервисами. Решившийся инвертировать половую идентичность – например, в ходе онлайн-игры – мужчина может рассчитывать на большее внимание, у него расширится круг знакомств, ему простят, скорее всего, неизбежные для новичка игровые ошибки, помогут советами или даже «виртуальными ценностями», необходимыми для эффективной игры.

А решившие скрывать (не афишировать) свой пол женщины избавляют себя от нежелательного излишнего внимания, от нередких язвительных высказываний со стороны мужчин, от прямых оскорблений и сексуальных предложений. «Если постоянно исходить из допущения, что женщина нуждается в помощи, это может в конце концов повредить ее самооценке и ощущению собственной компетентности. Если все обращаются с тобой как с неумелым существом, ты вполне можешь со временем поверить в это» [19]. Не по вкусу многим женщинам и распространенное «вымогание» мужчинами похвалы или преимущественного внимания за оказанную помощь: женщины предпочли бы, чтобы исключительное отношение с их стороны было «завоевано» мужчиной, а не «куплено».

Кэтрин Райт (Kathryn Wright) провела пилотажный опрос (в онлайн-режиме, анонимно) посетителей игровых веб-сайтов. Ее интересовали мотивы избрания женских игровых персонажей игроками-мужчинами ([www.womengamers.com/articles/gender.html](http://www.womengamers.com/articles/gender.html), [www.womengamers.com/articles/gender2.html](http://www.womengamers.com/articles/gender2.html)). На все заданные вопросы (были применены открытые вопросы) ответили 33 человека, еще 31 человек прислал выборочные ответы. Среди мотивов названы следующие:

1. У женских персонажей – игровое преимущество (60% ответов), и оно выражается в том, что
  - a. женские персонажи быстрее передвигаются в игровом поле, их размер меньше, а потому их труднее заметить и/или убить (в играх типа «экшн»),
  - b. женским персонажам помогают в игровых ситуациях, к ним принято относиться добрее, могут поделиться необходимыми запасами,
  - c. женские персонажи обладают преимущественными умениями и навыками,
  - d. другие игроки недооценивают подготовку женских персонажей, могут на короткое время утратить концентрацию и/или решимость – в играх-«стрелялках» это приносит преимущество.
  - e. Женский персонаж – это дополнительный опыт (25%): многим игрокам нравится испытывать все варианты игры и все допустимые сценарием игры персонажи.
2. Выбор женского персонажа – это обогащение гендерного опыта (19%): возможность приблизиться к пониманию противоположного пола, а в конечном счете обогатить знание о мире и о себе.
3. Женский персонаж – это привлекательный зрительный стимул (23%). Игрокам приятнее управлять персонажем, более эстетичным, нежели любой мужской персонаж.
4. Женские персонажи лучше выполнены (14%): игроки считают, что разработчики визуальной части игр вложили больше стараний в женские персонажи, они нарисованы лучше, чем мужские персонажи.
5. Присутствие женских персонажей разнообразит игру (13%). Часто среди игроков почти нет женщин; некоторые игроки полагают это недостатком и считают необходимым исправить его, выбирая такой персонаж.
6. Звуковые реакции женских персонажей, их голоса привлекают игроков (6%).
7. Игроки находят развлечение (6%) в «охоте» за другими игроками, для которых проигрыш (оказаться «убитым») женскому персонажу приносит ощущение особенно тяжелой неудачи.
8. Привычка к игре женским персонажем (6%). Некоторые игроки с самого начала избрали – по тем или иным причинам – женский персонаж, и по привычке постоянно играют этим персонажем.

Таковы некоторые мотивы выбора мужчинами персонажа противоположного пола, в конечном счете – инвертирования собственной половой идентичности. Поскольку в опросе участвовала небольшая выборка респондентов, его следует полагать пилотажом. Однако проведение исследований по данной проблематике – дело непростое, так что в качестве начального этапа данная работа представляет немалую пользу.

**Онлайн-исследование половых/гендерных различий.** Может сложиться впечатление, что описанные феномены «смены/инвертирования пола» превращают изучение средствами Интернета половых и гендерных различий в популяции пользователей Интернета в задачу невозможную или во всяком случае неблагоприятную. Действительно, как планировать и процедурно выстраивать сетевое исследование, если анализируемая переменная (а именно, пол) неуловима, если под подозрением оказывается едва ли не каждый участник исследования: не скрывает ли пол, не инвертирует ли? На самом же деле подобная постановка вопроса ошибочна и с методологических, и с эмпирических позиций.

На основании обобщения опыта проведенных ранее в нашей стране и за рубежом опосредствованных Интернетом психологических исследований (эмпирических и экспериментальных) показана перспективность и высокая достоверность подобной работы, в ходе которой недостаточный контроль над определенными параметрами и переменными компенсируется резким расширением популяции, приближением к методологии естественного (полевого) исследования, возможностью применения статистических методов отбраковки недостоверных результатов, простотой установления обратной связи с испытуемыми [4]. Исходя из этого, в течение 2002-2003 гг. были проведены – с применением психосемантической парадигмы – опосредствованные Интернетом исследования половых различий в применении Интернета – результаты их описаны [8; 9], так что не будем в данной работе повторяться.

Кроме того, осуществлено сравнительное (бланковое и опосредствованное Интернетом) исследование гендерной идентичности. Для этого была применена одна из наиболее распространенных в мире методика измерения гендерной идентичности (МИГИ), введенная С.Бем и адаптированная для русскоязычных популяций [6]

М.В.Бураковой под руководством В.А.Лабунской. Одни и те же испытуемые заполняли опросник МИГИ дважды по прошествии месяца: в бланковом виде и посредством Интернета (порядок предъявления опросника варьировался – половина группы работала по схеме «Интернет-бланк», другая половина – «бланк-Интернет»). Согласно результатам, процедура ответа на опросник МИГИ не изменяет показатель гендерной идентичности: тем самым можно обоснованно утверждать, что определение гендерной идентичности посредством Интернет-опроса является правомерным и надежным [3].

Изучение половых/гендерных характеристик популяции пользователей Интернета представляет собой актуальную задачу; значительная часть таких исследований может проводиться посредством Интернет-опросов и Интернет-экспериментов.

## Литература

1. Арестова О.Н., Войскунский А.Е. Гендерные аспекты деятельности в Интернете. // Гуманитарные исследования в Интернете. / Под ред. А.Е.Войскунского. М.: Terra-Можайск, 2000, с. 290-313.
2. Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е. Одаренный ребенок за компьютером. – М.: Сканрус, 2003.
3. Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е., Нелипа О.В. Анализ экологической валидности компьютеризированного опросника гендерной идентичности // 3-я Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. – М.: Психологический институт РАО, 2003, с. 339-342.
4. Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е., Смылова О.В. Интернет в психологическом исследовании // Вестник Московского университета, Сер. 14. Психология, № 3, 2003, с. 79-96.
5. Берн Ш. Гендерная психология. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2001.
6. Буракова М.В. Интерпретация маскулинности-фемининности внешнего облика субъекта общения. Автореф. дисс. ... канд. психол. наук. Ростов-на-Дону: РГУ, 2000.
7. Войскунский А.Е. Критерий Тьюринга, мышление и общение. // Интеллект человека и программы ЭВМ. - М.: Наука. – 1979. С. 132-150.
8. Войскунский А.Е., Митина О.В. Мужчина и женщина в Интернете: гендерные реалии и стереотипы // 3-я Российская конференция по экологической психологии. Тезисы. – М.: Психологический институт РАО, 2003, с. 342-346.
9. Войскунский А.Е., Митина О.В. Эмпирическое исследование использования Интернета женщинами и мужчинами. 2003 (в печати).
10. Знаков В.В. Половые, гендерные и личностные различия в понимании моральной дилеммы. 2004 (в печати).
11. Клецина И.С. От психологии пола к гендерным исследованиям в психологии // Вопросы психологии, № 1, 2003, с. 61-78.
12. Морган К., Морган М. Половые различия в применении технологий // Гуманитарные исследования в Интернете. / Под ред. А.Е.Войскунского. М.: Terra-Можайск, 2000, с. 267-289.
13. Семпси Дж. Психонетическая психология: обзор литературы по психологическим и социальным аспектам многопользовательских сред (MUD) в киберпространстве // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е.Войскунского. – М., 2000, с. 77-99.
14. Смирнова Е.О., Радева Р.Е. Компьютерная игра младшего школьника // Образование и информационная культура. Социологические аспекты. / Под ред. В.С. Собкина. М.: Центр социологии образования РАО, 2000, с. 370-390.
15. Собкин В.С., Евстигнеева Ю.М. Подросток: виртуальность и социальная реальность. М.: Центр социологии образования РАО, 2001.
16. Тьюринг А. Может ли машина мыслить? – М.: Физматгиз. – 1960.
17. Ушакин С. Поле пола: в центре и по краям // Вопросы философии, 1999, № 5, с. 71-85.
18. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. - М., 1996.
19. Bruckman A. Gender swapping on the Internet. // The Internet Society (INET '93) Proc., San Fransisco, Calif., 1993. URL <http://www.cc.gatech.edu/~asb/papers/old-papers.html#INET>
20. Cassell J., Jenkins H. Chess for girls?: Feminism and computer games // From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games / J.Cassell, H.Jenkins (eds.). Cambridge, MA: MIT Press, 1998, pp. 2-45. См. также: [http://www.media.mit.edu/gnl/publications/gg\\_introduction.pdf](http://www.media.mit.edu/gnl/publications/gg_introduction.pdf).
21. Jackson L.A., Ervin K.S., Gardner Ph.D., Schmitt N. Gender and the Internet: Women communicating and men searching. (в печати).
22. Jazwinski Ch. H. Gender identities on the World Wide Web // Learning and teaching on the World Wide Web / Ch. R. Wolfe (ed.). – San Diego et al.: Academic Press, 2000, pp. 171- 189.
23. Kennedy T., Wellman B., Klement K. Gendering the digital divide. // IT and Society, vol. 1 (4), 2003. См. также: <http://www.stanford.edu/group.siqss/itandsociety/v01i04.html> или [http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/gendering/Gendering\\_Digital\\_Divide.pdf](http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/gendering/Gendering_Digital_Divide.pdf)
24. Miller H., Arnold J. Breaking away from grounded identity? Women academics on the Web // CyberPsychology & Behavior, vol. 4 (1), 2001, pp. 95-108.
25. Morahan-Martin J. Males, females, and the Internet // Psychology of the Internet: Intrapersonal, interpersonal, and transpersonal / J.Gackenback (ed.). San Diego e.a.: Academic Press, 1998, pp. 169-197.
26. Plant S. On the Matrix: Cyberfeministic Simulations. // Cultures of Internet: Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies / Ed. by R.Shields. Sage Publ., 1996, pp. 170-183.

27. Stredder B.L. Girl Gamers: Seeking Narrative in a Male-Centered Genre. 2001. URL [www.class.uidaho.edu/narrative/games/girl\\_gamers.htm](http://www.class.uidaho.edu/narrative/games/girl_gamers.htm)
28. Teo Th.S.H., Lim V.K.G. Gender differences in Internet usage and task preferences // Behaviour & Information Technology, 2000, vol. 19 (4), pp. 283-295.
29. Turkle Sh. Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. - N.Y.: A Touchstone Book, 1995.