

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Пятигорский государственный университет»

**Философские проблемы
информационных технологий
и киберпространства**

Электронный научный журнал

**№ 1 (11)
июнь 2016**

ISSN 2305-3763

<http://cyberspace.pglu.ru>

Философские проблемы информационных технологий и киберпространства

№ 1 (11), июнь 2016

ISSN 2305-3763

Свидетельство о регистрации
средства массовой информации
Эл. № ФС77-50786

<http://cyberspace.pglu.ru>

Сетевой журнал «Философские проблемы информационных технологий и киберпространства» является электронным научным изданием, официально зарегистрированным в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (*Свидетельство о регистрации средств массовой информации Эл № ФС77-50786*).

Журнал руководствуется политикой свободного доступа (Open Access) на основании Лицензии *Creative Commons «Attribution-NoDerivs»* (*«Атрибуция – Без производных произведений»*) [CC BY-ND](http://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/).

Учредитель журнала – ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет».

Издание включено в *Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)* и представлено в *Научной Электронной Библиотеке* в открытом доступе, на открытой платформе научной электронной библиотеки [Cyberleninka.ru](http://cyberleninka.ru).

Журнал индексируется в международных базах данных UlrichsWeb, EBSCOhost, а также в репозиториях CrossRef. Опубликованным статьям присваивается уникальный идентификатор DOI.

Двухлетний импакт-фактор РИНЦ: 0,75

Первые издания увидели свет в 2010 г. в качестве сборников научных статей, выпущенных по итогам Международной конференции «Философские проблемы информационных технологий и киберпространства», регулярно проводимой на базе ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет».

В статусе научного журнала издается с 2012 г.

Редколлегия журнала:

П.Н. Барышников – канд. филос. наук, доцент – **гл. редактор**,
Д.И. Дубровский – д. филос. наук, профессор,
В.А. Ладов – д. филос. наук, доцент,
А.Ю. Нестеров – канд. филол. наук, д-р филос. наук, доцент,
Н.Н. Непейвода – д. физ-мат. наук, профессор,
А.Н. Павленко – д. филос. наук, профессор,
Л.А. Волова – д. филос. наук, профессор,
В.П. Литвинов – канд. филос. наук, профессор
В. В. Целищев – д. филос. наук, профессор,
Г.А. Воробьев – канд. пед. наук, доцент,
О.А. Алимурадов – д. филол. наук, профессор,
Н.А. Ястреб – канд. филос. наук, доцент,
В.В. Чеклецов – канд. филос. наук, старший научный сотрудник,
Л.В. Баева – д. филос. наук, профессор,
Е.А. Никитина – д. филос. наук, доцент
С.А. Прохоров – д. тех. наук, профессор.

© ФГБОУ ВО «ПГУ», 2016

© Коллектив авторов, 2016

От редакции

Ностальгия по истокам и сумеречные зоны научных публикаций	4
--	---

Виртуальное пространство и жизненные миры человека

Баева Л.В. Виртуализация жизненного пространства человека и проблемы интернет-игровой зависимости (IGD)	7
Денисова А.Б. Информационные и телекоммуникационные технологии как фактор социализации молодого поколения	20
Марголина Н.Л., Матыцина Т.Н., Ширяев К.Е. Информационная безопасность в свете некоторых фактов из области математического образования	35
Емельяненко В.Д. Мировоззрение и игровая компьютерная зависимость: поиск взаимосвязи	45

Киберантропология

Чеклецов В.В. Философские и социо-антропологические проблемы конвергентного развития киберфизических систем (блокчейн, Интернет вещей, искусственный интеллект)	65
Дедюлина М.А. Компьютерная этика: философский анализ	79
Наумова Т.А. Онтологический подход в исследовании образа «Я» социальных агентов в виртуальном пространстве	91

Философские аспекты теории вычислений

Матюшкин И.В. Коннекционистское расширение минимальной модели вычислений (часть 1)	103
---	-----

Рецензии, обзоры мероприятий

Барышников П.Н. «Язык мысли» в поисках новых философских форм	121
Чеклецов В.В. Россия – Германия: повышение конкурентоспособности российской и германской экономик. Сотрудничество в рамках концепции «индустрия 4.0» (обзор «круглого стола» на Петербургском международном экономическом форуме – 2016)	127

УДК 14.140.8

DOI: 10.17726/philIT.2016.11.1.14.140

Онтологический подход в исследовании образа «Я» социальных агентов в виртуальном пространстве

Наумова Татьяна Альбертовна,

*доцент, кандидат психологических наук,
ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет»,
Ижевск, Россия*

nta64@yandex.ru

Аннотация. В качестве теоретической основы исследования был использован онтологический подход, заявленный в философии и психологии С. Л. Рубинштейном и обоснованный в социальной психологии Н. И. Леоновым. Решение проблемы человека в информационном социуме имеет и социально-психологическую компоненту, так как на практику сегодняшних работ в этой области оказывают существенное влияние чисто теоретические концепции информационного общества. Проблема образа «Я» в виртуальном пространстве является одной из новых областей прикладных исследований. Образ, формируемой при самопрезентации как зависимой, так и независимой от интернет-групп социальных агентов в виртуальности может быть исследован с помощью рассмотрения образа индивида. Выбранный образ социального агента, в свою очередь, будет диктовать поведение в виртуальности.

Ключевые слова: образ, онтологический подход, виртуальная реальность, самопрезентация, социальный агент, интернет-зависимость.

The ontological approach to the study of the image of “I” of social agents in the virtual space

Naumova Tatiana Albertovna,

*Associate Professor, Ph.D. in Psychology,
Udmurt State University
Izhevsk, Russia*

nta64@yandex.ru

Abstract. The ontological approach, stated in philosophy and psychology S. L. Rubinstein and grounded in social psychology N. I. Leonov has been used as a theoretical basis for research. Solution of the problem of man in the information society has a psychosocial component, since the practice of today's work in this area have a significant effect purely theoretical concept of the information society. The problem of the "I" of the image in the virtual space is one of the new areas of applied research. The image formed at samoprezentatsii both dependent and independent of the internet group of social agents in virtuality can be examined by considering the individual image. The selected image of the social agent, in turn, will dictate the behavior of virtuality.

Keywords: image, ontological approach, virtual reality, self-presentation, social agent, Internet Addiction Disorder.

На этапе перехода общества от индустриального к информационному человек существует в раздвоенном мире социального и информационного бытия. Социальное бытие хорошо организовано и четко структурировано, создавая человеку строгие рамки самокатегоризации и самоопределения. Информационное же бытие безгранично и многоформенно, что вынуждает человека искать формы самоопределения и идентичности. Присутствие в информационном пространстве требует вербальности, что выставляет на передний план самопрезентации и самоописания. Изучение поведения человека в информационном социуме является одной из интереснейших тем исследования современности. Это связано с исследованием такого центрального ядра, как самопрезентация в интернет-сообществе.

Актуальным является выявление взаимосвязи самопрезентации в Интернете с реальной идентичностью человека, как в позитивном, так и в негативном аспектах. К позитивному влиянию относится возможность экспериментирования с собственной идентичностью и конструирования ее по собственному выбору и желанию. К негативным моментам можно отнести неучастие в сообществе, девиантное конфликтное поведение, а также феномены созависимого поведения.

В разное время множество исследователей определяли образ «Я» в рамках психоаналитического подхода З. Фрейда, «Я-концепции» Бернса, идеи взаимосвязи личности и культуры И. С. Кона, теории анализа психологических закономерностей когнитивной

работы человека с социальной информацией Г.М. Андреевой, а также влияния восприятия окружающих людей на самоидентичность человека Лэйнга, проприотических функций самости Олпорта, исследования социально-ролевого поведения в ситуациях взаимодействия и влияния социальной роли на индивидуальность А.Л. Гройсмана, В.Т. King, L. Janis и др.

При этом основным направлением исследования личности через образ «Я» являлась самоидентичность реального мира. Однако на современном этапе тотальной компьютеризации происходит, как уже было выше сказано, формирование новой социальной реальности – виртуального сообщества, в котором первоначальный подход к самоидентичности смещается в сторону самопрезентации, самопредставления. А возможность экспериментировать с идентичностью, проживать одновременно несколько жизней приводит некоторых пользователей интернет-сообщества к зависимости от этого процесса.

Данный процесс сформировал ряд проблем виртуального сообщества. Это проблема в различии конструирования образа «Я» представителей интернет-сообщества – как имеющих зависимость от виртуальности, так и без нее. Это различие ложится в основу социально-психологического исследования самопрезентации в интернет-сообществе. Особенности и закономерности создания собственного образа в виртуальности представляют основу исследования групп в интернет-сообществе, возможность психологической и коррекционной работы в тех группах, где наблюдаются те или иные девиации, а также психотерапевтическая работа с индивидуумами, склонными к различным социальным напряжениям и внутриличностным конфликтам. Таким образом, актуальность исследования связана с поиском закономерностей и особенностей конструирования собственного образа интернет-зависимых и интернет-независимых социальных агентов, рассмотрения самопрезентации как попытки создания целостного образа «Я». Инструментальным средством для этого является организация собственных web-страниц, самоописаний как основы самопрезентации в интернет-сообществе.

В социальном познании образ «Я» рассматривается в трех аспектах: теории социальной идентичности, Я-концепции, схем самости.

В.С. Агеевым образ «Я» исследуется в контексте социальной

идентичности, которая понимается как механизм формирования образа «Я» через осознание групповой принадлежности.

В отечественной психологии Я-концепция структурно состоит из представления человека о самом себе, осознания своих физических, интеллектуальных и других качеств, субъективного восприятия внешних факторов (Л. И. Божович, А. Г. Ковалев, И. С. Кон, В. В. Столин).

И. С. Кон анализирует психологические процессы и механизмы самосознания, благодаря которым формируются, поддерживаются и изменяются представления индивида о себе, обозначая эти явления термином «рефлексивное “Я”», которое допустимо дробить на элементы.

М. Кун и В. Б. Ольшанский характеризуют «Я» как основу системы личности, куда входят ее осознание самой себя, а также осознанные и неосознанные ориентации относительно жизненных интересов и ценностей, включая идентичность, статус, деяния и стремления. «Я» является как рефлексивной, так и динамической структурой, центром самосознания, чувств, влечений.

Р. Бернс рассматривает Я-концепцию как совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженную с их оценкой.

Р. Кричевский оценивает различия между самооценкой и образом «Я» с концептуальной, а не с психологической позиции, так как любые самоописания человека несут в себе оценочный отпечаток: субъективная интерпретация человеком реакций других людей на присущие ему качества; соотнесение их с объективно существующими стандартами; с общекультурными, групповыми, индивидуальными ценностными представлениями.

Х. Маркус представляет Я-концепцию как совокупность Я-схем, которые организуют прошлый опыт и могут быть использованы для опознания и интерпретации релевантных стимулов в его социальном окружении. Я-схема, по Х. Маркусу, есть когнитивное обобщение о себе, полученное из прошлого опыта, которое организует и контролирует переработку информации, относящейся к Я и содержащейся в социальных впечатлениях индивида.

Одним из ярких проявлений влияния Я-схем на процесс переработки социальной информации является описанный Д. Майерсом эффект ссылки на себя – тенденция эффективно обрабатывать и хорошо запоминать информацию, относящуюся к самому себе, или, по А. Н. Леонтьеву, лично значимую для себя.

Г. Олпорт утверждает, что для решения проблемы описания природы личности необходимы конструкты такого уровня, как эго и стиль жизни. Для них автор вводит термин – проприум, представляющий собой позитивное, творческое, стремящееся к росту и развивающееся свойство человеческой природы. Это та часть субъективного опыта, как «моя» или «самость».

Примером психодинамического подхода к изучению природы человека считается психоаналитическая теория З. Фрейда, которая гласит, что несознаваемые психологические конфликты контролируют поведение человека.

Проблема образа «Я» в виртуальном пространстве является одной из новых областей прикладных работ в современной социальной психологии. Решение проблемы человека в информационном социуме имеет и социально-психологическую компоненту, так как на практику сегодняшних работ в этой области оказывают существенное влияние чисто теоретические концепции информационного общества. Это влияние носит общеметодологический характер. Динамика общих ориентиров, задаваемых теоретиками информационного социума, определила его концептуальные рамки анализа для прикладных исследований. Связь фундаментального и прикладного знания в этой области оказалась гораздо теснее, чем это случалось в психологии вообще и социальной психологии в частности (Е. П. Белинская).

Д. Белл предполагал возможность внедрения новых информационных технологий не только в промышленное производство, но и в социальную сферу. Результатом этого должна стать новая рациональность, основанная не на классической идее «социального согласия», а рациональность интеллектуальных технологий, позволяющая осуществиться мечте об упорядоченной социальной жизни.

Современное общество характеризуется, в первую очередь, новыми коммуникационными формами, причем наиболее характерной особенностью коммуникации становится постоянная необходимость конструирования образа партнера по коммуникации, правил взаимодействия с ним (Turkl). Все произошедшие изменения привели к тому, что теоретики информационного сообщества (Н. Луман, М. Кастельс) фактически отождествляют процессы развития коммуникации и развития социальных структур.

Согласно теории Иноземцева, формирование технократических элит связано не только и не столько с их «близостью к информации», сколько с объективными изменениями социальной коммуникации. Так, само возрастание скорости информационных потоков требует большей быстроты принятия решений во всех областях социальной практики, что может быть достигнуто только за счет их меньшей коллегиальности и большей конфиденциальности.

Castells утверждал, что становление сетевых форм организации производства и, в особенности, связанное с этим распространение сетевого принципа коммуникации существенно затрудняют любую алгоритмизацию, так как опираются на идею постоянного «доставивания» и собственно производственного, и коммуникативного процесса.

Интерес к исследованию Интернета вызван также тем, что он максимально воплощает в себе важную особенность современных информационных технологий – интерактивный характер. Значимое влияние информационной компоненты на социум и на человека стало возможным с момента их качественного изменения, а именно появления для пользователей информации о возможности активно участвовать в них, становясь социальным агентом. В силу этого информация как ценность общества нового типа определена не только и не столько своей массовостью, общедоступностью, экономическим и политическим потенциалами, сколько возможностью персонализации, задавая для ее обитателя новые грани самоидентификации. Наиболее полно эта возможность представлена в компьютерно-опосредованной коммуникации посредством сети Интернет.

Проблемное поле исследований интернет-сообщества складывается в основном вокруг следующих вопросов и задач:

1. Изучение тех или иных видов деятельности человека в интернет-среде.
2. Изучение следствий этих видов деятельности на уровне личности, в качестве которых выступают особенности мотивации социальных агентов, структура их Я-концепций, специфика ценностных ориентаций, возникновение тех или иных вариантов поведенческой зависимости.
3. Изучение интернет-коммуникации как нового средства традиционных социальных практик – как средства образования,

как пространства политического выбора, как средства психотерапевтической помощи.

В силу ряда объективных характеристик интернет-сообщество дает социальному агенту максимальные возможности в самоопределении и непосредственном самоконструировании, то есть особенности Интернета позволяют социальному агенту экспериментировать со своей идентичностью, создавая виртуальные личности, которые часто отличаются и от персональной идентичности, и от реальной самопрезентации (Е. П. Белинская).

Психологический анализ данной феноменологии в основном центрирован вокруг проблем мотивации создания виртуальных личностей. Общей посылкой является следующее: виртуальность обеспечивает человеку возможность выйти из своего тела – от внешнего облика и индикаторов статуса во внешнем облике, следовательно от ряда оснований социальной категоризации: пола, возраста, этнической принадлежности, социального и экономического статуса и т.д. Таким образом, возможность максимального самовыражения является одной из распространенных мотиваций интернет-коммуникаций у ее участников (Turkle, А. Е. Жичкина и др.) [2; 3; 4].

Среди причин создания виртуальных личностей выделяются так называемые поисковые причины – желание испытать новый опыт, выступающий как некоторая самостоятельная ценность (Turkle, Сепси). Однако, согласно исследованию А. Е. Жичкиной, создание виртуальной личности не всегда является компенсаторным стремлением к преодолению объективных и субъективных трудностей реального общения и взаимодействия. Часто виртуальная личность не соотносима ни с реальным, ни с идеальным «Я», что может служить доказательством возможностей субъектности участника компьютерно-опосредованной коммуникации.

Однако, в отличие от обыденной реальности, виртуальная реальность характеризуется большей социальной неопределенностью (в силу принципиальной безграничности, динамики, наличия большого разнообразия возможностей коммуникации и др.). Бытие человека в социальном мире структурировано, виртуальный мир не имеет привычных рамок для самокатегоризации, ставит перед социальным агентом задачи самоопределения и поиска идентичности, который возможен не только через виртуальную реконструкцию собственной идентичности или создания вирту-

альной личности, но и через осмысление человеком мотивационных ориентиров собственной деятельности (Е. П. Белинская).

Помимо новых возможностей принадлежности к социальным категориям, сетевые технологии, благодаря анонимности, невидимости и, как следствие, безопасности, порождают другое следствие – предоставляют возможность социальным агентам создать сетевую идентичность полностью по своему выбору. Отсюда основная особенность виртуальной самопрезентации – возможность почти абсолютного управления впечатлением о себе (Becker, Reid).

Некоторые социальные агенты выдвигают на первый план одни свои признаки, а другие признаки намеренно скрывают. Одни представляют такие данные относительно себя, которые являются скорее желательными, чем действительными. Некоторые презентуются в Сети непосредственно, другие предпочитают, чтобы о них не было известно вообще ничего. Феномен существования нескольких сетевых идентичностей был отмечен такими исследователями, как E. Reid, Sh. Turkle, P. Kelly, J.S. Donath, A. Shieder, V. Becker, Дж. Салер отметил, что выбор способа самопрезентации в Сети зависит от типа личности.

Онтологический подход, оперируя понятием «социальная ситуация», предъявляет требования к определению конкретного, объективного, социально-психологического направления исследуемого феномена. В настоящее время существуют определения образа, позволяющие исследовать данное явление в рамках социально-психологической парадигмы, наполнив его конкретным содержанием.

Для понимания проблемы влияния образа «Я» на самопрезентацию определимся с онтологической сущностью категории образа в целом. В. Л. Ситников отмечает, что в настоящее время сложилось три подхода к пониманию образа:

- конкретно-перцептивный, где образ выступает как промежуточный или конечный результат познавательной деятельности, продукт восприятия, памяти, мышления;
- расширительно-отражательный, где образ рассматривается как многомерное психологическое образование (А. Н. Леонтьев), как субъективная картина мира в целом или его фрагментов, включающая самого субъекта, других людей, пространственное содержание и временную последовательность событий;

- социально-перцептивный, где образ понимается как представление о социальных объектах и явлениях, включающих представление субъекта о самом себе.

Для нашего исследования наибольшую значимость имеют второй и третий подходы, так как, основываясь на выводах их сторонников, можно отметить, что отдельный образ не регулирует действия. Содержание каждого образа отличается неоднородностью, образы являются специфическим соединением отражения объекта, воспринятого субъектом, и предшествующего собственного опыта субъекта по восприятию подобных объектов и взаимодействию с ними (Н.И. Леонов). Мы рассматривали образ субъекта виртуального сообщества как взаимосвязь объектов, сформированных на основе классификации ценностей и ценностных альтернатив.

В качестве теоретической основы исследования мы использовали онтологический подход, заявленный в философии и психологии С.Л. Рубинштейном и обоснованный в социальной психологии Н.И. Леоновым [6; 7]. В основе данного подхода лежит представление о взаимодействии человека и мира, формирующем определенную онтологическую реальность, которая включает самого субъекта и окружающие его предметы и условия жизнедеятельности. Виртуальный образ (Я виртуальное), формируемый как интернет зависимыми, так и интернет не зависимыми пользователями, может быть исследован через Я реальное. Прежде всего, мы должны характеризовать ситуацию как основу, формирующую образ, то есть анализировать множество элементов, систему элементов. Образ, в свою очередь, участвует в конструировании самопрезентации.

Определить самопрезентацию в виртуальности однозначно нельзя. Вот некоторые из определений:

- виртуальная самопрезентация – это возможность почти абсолютного управления впечатлением о себе (Becker, Reid);

- виртуальная самопрезентация есть отражение идеального «Я» (Е.П. Белинская, А.Е. Жичкина);

- виртуальная самопрезентация есть отражение «Я» реального;

- виртуальная самопрезентация есть «Я» в конфликте с самим собой.

Среди мотивов создания виртуального образа можно выделить следующие:

- создание образа, отличного от реального, улучшение его;
- удовлетворение информационного голода;
- разрушение образа, созданного реальным обществом;
- обновление, желание выстраивать новые и новые отношения, все время меняя образ («карнавальная составляющая»);
- получение эмоционального, «адреналинового» удара (мотив, часто свойственный личностям, которые имеют аддиктологические задатки).

Выбранный образ социального агента, в свою очередь, будет диктовать поведение в виртуальности. Общая формула поведения как функции актуального состояния субъекта и актуально воспринимаемого окружения была сформулирована К. Левином. Развитое впоследствии представление о когнитивных схемах стало основой объединения внутренних и внешних детерминант поведения. Возникшая позиция была резюмирована Д. Магнуссоном и Н. Эндлером следующим образом: поведение есть результат непрерывного взаимодействия между индивидом и ситуациями, в которые он включен; с личностной стороны существенными являются когнитивные и мотивационные факторы, со стороны ситуации – то психологическое значение, которое ситуация имеет для индивида. По утверждению Д. Магнуссона, именно психология социальных ситуаций будет иметь особое значение в развитии психологии.

Мы можем рассматривать самопрезентацию в виртуальности как ситуацию, опираясь на определение Ю.Н. Емельянова о том, что ситуация – это набор средовых условий, их взаимодействия с личностными проявлениями участников и всех социально-психологических событий, происходящих в конкретной группе от момента взаимодействия и установления групповых целей до их реализации или отказа от совместной деятельности.

Таким образом, виртуальная реальность соответствует основным критериям онтологической реальности, представленным в работах Н.И. Леонова и М.М. Главатских [5]:

1) неосознанность или автоматичность. Приход в виртуальность, даже первичный, относит социального агента к одной из известных категорий. Особенно ярко это выражено у опытных пользователей, склонных к зависимости и зависимых (выбор аватаров, смайликов и т.д.);

2) типичная или индивидуальная категоризация. На процесс категоризации влияют ценности, культура и социальные пред-

ставления. Категории обусловлены наличием общих признаков виртуальных сообществ, характерных данной культуре. Субъект в виртуальной субкультуре считается причисленным к элитному андеграунду. В то же время категории личности оказываются достаточно специфичными, что доказывают самопрезентации в виртуальности, индивидуализируя категории;

3) временная напряженность. Различая моментальную и хроническую категоризацию, виртуальную реальность с ее многообразием и частой трансформацией образов мы можем отнести к моментальной, так как она претерпевает одномоментные трансформации;

4) активность. Категории упорядочивают явления виртуального мира и благодаря этому позволяют эффективно взаимодействовать с ним, направляя активность субъекта виртуального сообщества;

5) структурированность. Категоризация, имеющая сложную иерархическую организацию, как нельзя лучше иллюстрирует виртуальную иерархию. Взаимоотношения между категориями рассматриваются как иерархические – от менее представленных к более представленным. Самопрезентация относит социального агента к выбранной им категории и направлена на обратную связь с субъектом сообщества именно этой категории. Именно поэтому в Интернете столько сообществ, это своего рода Мировой клуб по интересам. Однако клуб этот рассчитан на категорию зависимых социальных агентов, независимые остаются в отдельной категории, главным признаком которой является «непринадлежность»;

6) динамичность. Виртуальность и есть основной признак динамичности. Нет ничего более непостоянного и изменчивого в социальном обществе [8; 9].

Литература:

1. Жичкина А.Е. Идентичность пользователя и особенности поведения в Интернете: автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2001. (Zhichkina A.E. The identity of the user and behaviors on the Internet: avtoref. dis. ... kand. psihol. nauk. M., 2001.)
2. Жичкина А.Е. Особенности социальной перцепции в Интернете // Мир психологии. 1999. № 3. (Zhichkina A.E. Features of social perception on the Internet // Mir psihologii. 1999. № 3.)
3. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Самопрезентация в виртуальной реальности и особенности идентичности подростка-пользователя Ин-

- тернета // Образование и информационная культура. М., 2000. С. 431-460. (Zhichkina A.E., Belinskaya E.P. Self-presentation in the virtual reality features and user identity-teen Internet // *Образование i informacionnaja kul'tura*. М., 2000. S. 431-460.)
4. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Стратегия самопрезентации в Интернет и их взаимосвязь с реальной идентичностью // Интернет-ресурс <http://www.cyberpsy.ru>. (Zhichkina A.E., Belinskaya E.P. The strategy of self-presentation in the Internet and their relationship with the real identity // *Internet-resurs* <http://www.cyberpsy.ru>.)
 5. Леонов Н.И., Главатских М.М. Психология социального мира. Ижевск, 2006. (Leonov N.I., Glavatskih M.M. *Psychology of the social world*. Izhevsk, 2006.)
 6. Леонов Н.И. Онтологический подход в социальной психологии // Ярославский психологический вестник. 2004. № 13. С. 30-32. (Leonov N.I. The ontological approach in social psychology // *Jaroslavskij psihologicheskij vestnik*. 2004. № 13. S. 30-32.)
 7. Леонов Н.И. Онтологическая сущность социального поведения субъекта // Вестник Удмуртского университета. 2003. № 5. С. 3-18. (Leonov N.I. *Ontological essence of the social behavior of the subject* *Bulletin of Udmurt University* 2003. № 5. S. 3-18.)
 8. Наумова Т.А., Леонов Н.И. Особенности конструирования образа «Я» независимых и зависимых от Интернет пользователей // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. Сер. «Акмеология образования». 2005. Т. 11. № 2. – С. 140-145. (Naumova T.A., Leonov N.I. Features of the construction of the image of “I” independent and dependent Internet users // *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta im. N.A. Nekrasova. Ser. «Akmeologija obrazovanija»*. 2005. T. 11. № 2. – S. 140-145.)
 9. Наумова Т.А. Образ «Я» интернет-зависимых и интернет-независимых социальных агентов в виртуальном пространстве: дис. ... канд. психол. наук. Ижевск, 2007. (Naumova T.A. *The image of “I” Internet-dependent and independent online social agents in the virtual space: dis. ... kand. psihol. nauk*. Izhevsk, 2007.)