

соціології знання (1), науки (2), математики (3) та філософії (4). Це дозволяє розкрити логіку з різних соціологічних позицій – або як когнітивну форму, або як науку, або як математику, або як філософію.

Ключові слова: соціологія логіки, соціологія математики, соціологія філософії, соціологія науки, соціологія знання.

Rayher K. Sociology of logic: the concept and the epistemological framework.

There are different approaches to definition of «sociology

of logic». Sociology of logic can be considered as a branch of sociology of knowledge (1), of science (2), of mathematics (3), and of philosophy (4). It allows us to study logic from the different sociological perspectives: as a cognitive form, as a science, as a mathematics, and as a philosophy.

Key words: sociology of logic, sociology of mathematics, sociology of philosophy, sociology of science, sociology of knowledge.

Надійшла до редколегії: 11.04.14 р.

УДК 141.7:316.647.8:004.735.5

В. О. Роєнко

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

ФОРМИ І СФЕРИ ПРОЯВУ СОЦІАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ В УМОВАХ КІБЕРПРОСТОРУ ТА ПОЗА ЙОГО МЕЖАМИ

У галузі соціальної філософії розглянуто основні питання та проблеми щодо феномену соціальних стереотипів в Інтернет-комунікаціях. Проаналізовано різні підходи до розуміння соціальних стереотипів. Досліджено думки студентів щодо буденних загальних уявлень про стереотипи. Обґрунтовано доцільність дослідження форм та сфер проявів соціальних стереотипів в умовах кіберпростору та поза його межами. Основні методи дослідження: історичний, логічний, описовий, порівняльний, спостереження та контент-аналізу. Використано системний підхід. Соціальні стереотипи представлені як соціально значима інформація поширювана в кіберпросторі. Дійшли висновку, що соціальні стереотипи притаманні усім людям і є невід'ємною частиною їх єства. Вони мають свою специфіку і притаманні як для кіберпростору, так і поза ним, адже існували ще задовго до його появи.

Ключові слова: соціальний стереотип, інформація, комунікації, Інтернет-комунікації, кіберпростір.

Актуальність обраних об'єкту та предмету дослідження полягає в тому, що кожного дня будь-яка людина сучасного суспільства стикається з неймовірними масивами інформації, звичайно, їх обсяг залежить у більшій мірі від її роду діяльності, тобто займається особистістю переважно інтелектуальною чи фізичною працею, проживає у мегаполісі чи невеличкому селищі тощо. Людство стикається із проблемами надлишкової інформації, фільтрації інформації на корисну і непотрібну, дійсну і хибну, за участю свідомості чи підсвідомо. Саме у цей час неабиякої актуальності набуває феномен соціального стереотипу, у всіх його проявах, чи то для схематизації інформації, чи то для економії зусиль, чи то як особливість людського єства піддавати все певній категоризації.

Ні для кого не секрет, що сучасна епоха відрізняється від усіх попередніх саме тим, що інформація і знання виступають як товар і необхідність сучасного існування. Поряд із фізичною реальністю функціонують нефізична і віртуальна, людина виступає не лише як біологічна і соціальна істота, але й як істота, що тісно співіснує із штучним інтелектом, комп'ютерами і механізмами, а новітні технології є продовженням людських можливостей, а подекуди невіддільні від людини. Саме тому соціальні стереотипи стали цікавим і багатограним об'єктом наукових соціально-філософських досліджень у сучасну добу.

Поняття соціальний стереотип з'явилося і розглядалося як об'єкт наукового дослідження на початку ХХ ст., тобто ще до «вибуху» інформаційних технологій, що зрозуміло не могло не вплинути на подальший розвиток досліджень даного феномену, адже в нових умовах він також зазнав значних трансформацій. Однак, соціальний стереотип зацікавив науковців не випадково саме на початку ХХ ст., адже цей період історично пов'язаний із пропагандою, поширенням певної суспільної думки напередодні I і II Світових війн. Основним засобом розповсюдження соціальних стереотипів була преса та міжособистісні комунікації.

Проблема дослідження соціальних стереотипів сучасності у загальному вигляді полягає в тому, що дане поняття із сфери наукової надто швидко і міцно

вкоренилося у повсякденній свідомості людей. Вони використовують його на роботі, у повсякденних комунікаціях навіть частіше, ніж ми можемо собі це уявити, однак при цьому розуміючи різні його аспекти та прояви, переважно негативного характеру. І коли сьогодні річ іде про соціальні стереотипи, то вони обов'язково пов'язуються із засобами масової комунікації та інформації, політикою, Інтернетом, соціальними, етнічними групами, маніпуляцією людською свідомістю тощо. Адже поняття соціальні стереотипи є дійсно узагальненим, яке передбачає пояснення та інтерпретацію даного феномену з точки зору форм його проявів (наприклад, поведінка, образ, мислення), так і сфер застосування (наприклад, побут або наука, повсякденність, фізична реальність або кіберпростір, чи простішими словами Інтернет-середовище). Узагальнення та дослідження конкретних проявів функціонування стереотипів, дозволить краще, більш системно розібратися із самим визначенням поняття. А також слід зазначити, що соціальні стереотипи є результатом діяльності нашої свідомості і підсвідомості, тобто нематеріальним об'єктом дослідження, а прояви стереотипів не завжди, але можуть матеріально фіксуватися у вигляді візуалізованих образів, слів, поведінки тощо, що сприяє їх досконалішому дослідженню.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що науковців турбують питання соціальних стереотипів у сфері філософії та соціальної філософії, про що свідчить значна кількість публікацій та захищених дисертацій в Україні та країнах близького зарубіжжя (Р.А. Лавлінський, Л.О. Боровська, Р.В. Базиков). Не менш важливими є дослідження в сфері інформації, комунікацій, Інтернет-комунікацій та кіберпростору (Л.В. Скворцов, Т.В. Науменко, Т.В. Русевич, І.В. Девтеров). Однак, класичні публікації теж не втрачають своєї актуальності (Т. Нельсон, Д. Мацумото, У. Липпман). Однак, досліджень присвячених їх проявам та сферам застосування соціальних стереотипів надзвичайно мало, що говорить про доцільність їх дослідження.

Ціллю нашого дослідження є комплексно дослідити особливості трансформації та відображення у реальному

та віртуальному просторах різних форм та сфер прояву соціальних стереотипів.

Перед собою ми поставили ряд завдань. По-перше, визначити поняття соціальний стереотип. По-друге, дослідити і проаналізувати думки студентів щодо буденних загальних уявлень про стереотипи, їх вплив на суспільство, а також прослідкувати ключові слова (поняття або форми прояву), якими частіше за все позначають стереотипи під час їх інтерпретації. А також визначити роль новітніх технологій та Інтернет під час проведення дослідження. По-третє, розглянути і пояснити особливості дослідження форм проявів соціальних стереотипів. По-четверте, проаналізувати сфери прояву соціальних стереотипів у контексті реального простору та кіберпростору.

Розглядаючи питання щодо того ж чим є все-таки стереотип, ми використаємо точку розу Т. Нельсона, що: «Стереотипом є будь-яке узагальнення відносно групи, незалежно від того, чи розцінюється воно спостерігачем ... як обґрунтоване».[9, с. 20]. Однак, Т. Нельсон психолог і тому дане визначення вужче від філософського. Ми б хотіли додати те, що стереотипи як узагальнення утворюються не лише відносно групи, а й відносно будь-якого іншого об'єкта, предмета, процесу чи явища, навіть не завжди соціального. Соціальність та історичність стереотипів полягає в тому, що вони діалектично пов'язані із соціальною дійсністю, вони утворюються у конкретному суспільстві для людей або за участю людей, також прослідковується певна історія усталення, зміни, зникнення конкретних стереотипів. А місце, де перебувають, містяться, формуються, відображаються стереотипи – це людський мозок, коли мова йде про матеріальне перебування, і наша свідомість, коли – ідеальне. Ця теза є актуальною для природних соціальних стереотипів, які сформувалися об'єктивно до навколишнього середовища та соціально-історичних умов. Однак, ще існують штучні і сфабриковані стереотипи, які не мають відношення до дійсності, хоча дуже сильно і глибоко впливають на неї та її зміну і становлять реальну загрозу сталому розвитку. На думку Р.А. Лавлінського: «У процесі стереотипізації мас-медійними комунікаціями, складний диференційований об'єкт, редукується, в процесі спрощення поданої інформації відбувається здійснення передачі стереотипного знання» [5, с. 207]. Однак, знання стереотипне не тотожне знанню в принципі, адже «стереотип ... відрізняється від інших видів знання тим, що співвідноситься головним чином не з відповідним об'єктом, а із знаннями інших людей про нього» [2, с. 52–58].

Стереотипи можуть поділятися на індивідуальні, тобто окремої особи, та масові, культурні. З точки зору психології: «Індивідуальні стереотипи – це уявлення (і переконання) окремого індивіда відносно тих чи інших характеристик певної групи людей» [9, с. 21]. Стосовно точки зору соціальної філософії, індивідуальні стереотипи можуть формуватися у людини в процесі її освоєння світу, діяльності з урахуванням власного досвіду, однак хочемо зазначити, що досвід конкретної людини теж залежить від багатьох обставин від її інтелектуальних, вольових характеристик до економічних умов. Культурні та масові стереотипи ґрунтуються на загальному визнанні тих чи інших правил, позицій, норм тощо, що поділяються у суспільстві. Однак принципова різниця у тому, культурні стереотипи мають на меті розповсюдження найкращих здобутків суспільства, а масові – найпоширеніших,

незалежно від їх сутнісного, культурного та смислового навантаження. Соціальні стереотипи на думку нашого сучасника Р.В. Базикова: «є складовою частиною культури і грають значущу роль у захисті соціальних цінностей» [1, с. 7]. Також на думку Ю.П. Платонова: «Стереотипи сприяють закріпленню традицій та звичок» [10, с. 109] і, на нашу думку, вони продовжують своє існування саме у формі традицій, чим об'єднують одні соціальні спільноти, та протиставляють їм безліч інших, які на основі своїх соціальних стереотипів формують більш характерні їм традиції та норми.

Цікавою особливістю є те, що: «Стереотипи притаманні навіть людям, що відрізняються максимальним плюралізмом. Важливо те, як ми виходимо за їх рамки, використовуючи їх тільки в якості базових орієнтирів при взаємодії з людьми із іншого культурного середовища» [7, с. 87]. Тобто бачимо, що соціальні стереотипи – це характерна особливість людської природи, яка окреслює можливу поведінку, дії та мислення, до власне взаємодії із об'єктом. Всі інші дії залежать від самої людини її бажання переконатися у відносній істинності чи хибності сформованого у неї стереотипу, поповнити свою свідомість знаннями, застосувати мисленнєві механізми тощо для об'єктивного освоєння дійсності. Крім того «вихід за рамки» стереотипу є своєрідним діалектичним процесом, коли руйнується або заперечується один стереотип, на місце якого приходить другий, що містить у собі деякі старі складові і якісно нові характеристики. Останнім часом проглядається тенденція у творчості і творчому підході, коли новий погляд на старе стереотипне, пошук виключення із стереотипу, його руйнація або заміна на нове бачення, сприяє діалектичному розвитку людської креативності в певний історичний період, адже з плином часу це «креативне» стає масовим, стандартним, звичним і потребує нового діалектичного заперечення.

Дехто з науковців, але в більшій мірі це стосується людей, що не мають відношення до науки, однак вони тісно і часто використовують сучасні буденні та Інтернет-комунікації, вважають, що логічним (за формальної логіки) є знищення, подолання соціальних стереотипів як єдиний шлях до гармонізації суспільства. Тобто вони вважають, що єдиним виходом є подолання стереотипів, чим заводять себе і оточуючих в оману, просто не володіючи достатніми знаннями із філософії та конкретної сутності соціальних стереотипів, а також специфіки людської свідомості та мислення. «Малоймовірно, що стереотипи зникнуть. Людській природі характерно виробляти керівні принципи і користуватися категоріями і групами, щоб зберігати безліч інформації про людей, яку ми отримуємо в своєму житті. Ми не можемо ігнорувати стереотипи, але здатні усвідомити їх потенційні небезпеки і використовувати їх більш мудро. Стереотипи слід використовувати в якості керівних принципів взаємодії, а не як жорсткі та негнучкі описові ярлики людей. Нам необхідно визнати стереотипи дійсними або недійсними, а не використовувати їх з ціллю самовиправдання. Тільки зрозумівши основи стереотипів, ми можемо почати процес їх більш досконалого використання» [7, с. 93]. Тобто можемо засвідчити, що необхідно навчитися скеровувати стереотипи у потрібне русло, усвідомлювати їх фактичне існування у всіх представників людства і не зловживати односторонністю своїх уявлень, протистояти маніпулюванню свідомістю. Адже, протилежно налаштовані групи чи спільноти людей, мають протилежно налаштовані стереотипи, що доводить те, що істину не може досягнути жоден з них,

поки не почне рахуватися із стереотипними уявленнями опонентів. Якщо мова йде про дві конкретні людини, то ще можна говорити про переконання, однак коли мова йде про групи або спільноти, то тут ми маємо справу з соціальними стереотипами. І тому виходить, із одного боку, локальні стереотипи можуть виступати роз'єднуючим фактором, а з іншого – консолідуючим, коли йдеться про глобальні соціальні стереотипи. Однак, глобальні соціальні стереотипи пов'язані із масовою культурою та мережею Інтернет. Слід зазначити, що не завжди консолідуючий стереотип є конструктивним. Тобто необхідно враховувати його суть, культурне та інформаційне наповнення.

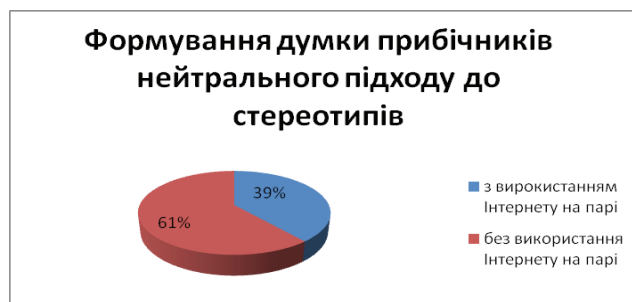
Щоб краще розібратися із розумінням поняття «соціальні стереотипи» людьми та їх впливом на суспільство, ми провели дослідження серед 54 студентів різних курсів і спеціальностей київського вищого навчального закладу. Суть дослідження полягала у тому, щоб студенти без будь-якої підготовки мали дати визначення соціальним стереотипам, а також оцінити їх вплив на суспільство. Крім того, щоб визначити лише ставлення до соціальних стереотипів, ми поставили собі за мету прослідкувати, якими ключовими словами їх найчастіше позначають і проаналізувати їх зв'язок із формами прояву соціальних стереотипів, тобто як саме і через що вони проявляються. В процесі обробки отриманої інформації застосувалися філософська методологія, методи спостереження, порівняння, аналізу, а також соціологічний метод контент-аналізу. Ще однією задачею було поставлено обов'язково прослідкувати взаємозв'язок між відповідями студентів і користуванням Інтернет-технологіями як основного стереотипу мислення у пошуку інформації, тобто перевірити за допомогою програми Advego Plagiatus відповіді, які записані із мережі.

Результати дослідження показали, що майже 13 % (7 осіб) студентів вважають вплив соціальних стереотипів на суспільство позитивним, 20 % (11 осіб) студентів вважають вплив соціальних стереотипів на суспільство негативним, а близько 67 % (36 осіб) студентів вважають вплив соціальних стереотипів на суспільство нейтральним, тобто стереотипи за різних умов можуть бути і позитивними і негативними, а деякі пояснюють наявність соціальних стереотипів особливістю свідомості і розуміють їх як об'єктивне явище притаманне людському мисленню.



Зазначимо, що серед студентів, які вважають вплив соціальних стереотипів на суспільство негативним або позитивним програмою Advego Plagiatus не було помічено жодного натяку на користування Інтернет, тобто думки були висловлені незалежно від нього. Що стосується нейтрального впливу на суспільство (67 %), мається на увазі, що вплив може бути як позитивним, так і негативним, або несуттєвим, то серед 100% опитаних

студентів, які дотримуються нейтрального підходу, за даними програми Advego Plagiatus близько 39 % (14 осіб) користувалися мобільним Інтернетом при відповіді на дане питання.



Зазначимо, що комплексний розгляд соціального стереотипу як поняття не лише негативного чи позитивного є основною науковою тенденцією сучасності.

Що ж стосується ключових слів, через які студенти визначали основні прояви і суть соціальних стереотипів, то думки розділилися наступним чином: Соціальна думка (думка суспільства) – 14,70 %, Мислення (шаблонне мислення) – 10,29 %, Вид інформації – 10,29 %, Поведінка – 8,82 %, Правило 7,35 %, Уявлення – 7,35 %, Норма – 7,35 %, Ставлення – 4,41%, Рамки – 4,41%, Порівняння з ідеалом – 2,94%, Погляди – 2,94%, Сприйняття – 2,94%, Образ – 2,94 %, Судження – 1,47 %, Норма поведінки – 1,47 %, Розуміння – 1,47 %, Спосіб впливу – 1,47 %, Прийнятне, звичне – 1,47 %, Одноманітність – 1,47 %, Моральний кодекс – 1,47 %, Досвід людей – 1,47 %, Бачення – 1,47 %, Припущення – 1,47 %.

Тобто з даного дослідження ми бачимо, що форм проявів у соціальних стереотипів досить багато. Ще б хотіли додати до цього переліку ціннісний шаблон, спонукання до дій або установку. Деякі науковці співвідносять соціальний стереотип як елемент установки (Г. Оллпорт і В.А. Ядов) і як вид установки (О.Н. Ваніна, Н.А. Рождественская), тобто у будь-якому випадку поняття установки ширше за соціальний стереотип.

Отже, ми розуміємо те, що для якісного і різностороннього дослідження соціальних стереотипів необхідно враховувати і форми прояву соціальних стереотипів, адже вони більш яскраво відображають конкретні приклади їх використання, а в деяких випадках фіксуються у матеріальній формі (коли мова йде про візуалізовані види інформації, візуалізовані образи і уявлення) тощо.

Складність дослідження полягає в тому, що: «Стереотипи переважно неточні образи реальності: вони можуть бути засновані на помилці, на звичці приймати упередженість за істину» [10, с. 109]. Щоб виокремити стереотип не завжди можна його означити лаконічним значенням як дуже часто озвучується різними авторами, коли вона йде про приклад стереотипів, то вживаються такі короткі речення як: «жінки – слабка стать; всі діти – чисті душою; японці-працелюбні тощо» [4, с.11-15]. Однак, існують ситуації, коли для того, щоб передати соціальний стереотип необхідно не одне речення і навіть не абзац, тому що необхідно передати весь випадок, щоб вичленили потрібне, особливо, коли річ йде про стереотипне мислення і поведінку, що теж в певній мірі перешкоджає власне не дослідженню, а систематизації результатів. Хочеться зазначити, що ми притримуємося думки, що соціальні стереотипи – це узагальнення, спрощення, схематизація, певна категоризація не лише

соціальних об'єктів, процесів та явищ, а й будь-яких інших, природних, медичних, фізичних тощо. Оскільки стереотипи формуються у процесі стереотипізації відносно всього, що оточує або може оточувати (коли мова йде про ще небачене) людину. Стереотипне мислення є початком цього процесу і причиною, а наслідком або результатом вже є власне сформовані у конкретному суспільстві, в конкретну історичну добу соціальні стереотипи. Прояви їх в повсякденному житті фіксуються у книжках, прислів'ях, одязі, іміджі людини, поведінці і вчинках, певній традиційній, доведеній до автоматизму, діяльності та навіть архітектурі. Що стосується архітектури, то тут вони, на думку архітектора Русевича Т. В, який сповідує свою професійну філософію, представлені знаками-стереотипами: «Своєрідними містками в архітектурній комунікації служать знаки-стереотипи. ... Люди завжди сприймають стереотип швидше, ніж істинні риси особистості, так як стереотип – це результат багатьох, часом влучних і тонких суджень. У цьому сенсі стереотип завжди є наслідком колективного досвіду, що утворюється в результаті громадської діяльності групи і передається членам групи у процесах «навчання» і внутрішньої комунікації. Стереотип формується у вигляді набору загальнозживаних для даної соціальної групи значень деякого об'єкта предметного світу, які з більшою ймовірністю беруться до уваги інтерпретатором з усього багатства семантичного фону. Прикладом того може служити різне трактування образу житлового будинку. Стереотипний підхід у сприйнятті житлового будинку – це скатні покрівлі, образ даху над головою, дозволяє знайти моментальний діалог із замовником» [11, с. 128]. Тобто в даному випадку стереотипи виступають певними посередниками у розумінні архітектури та її безсловесних комунікацій.

Також слід зазначити, що «живуть» і формуються соціальні стереотипи у нас в голові, на основі отриманої інформації із зовні, під час будь-яких видів комунікації, дуже часто це до реальної зустрічі із об'єктом чи явищем, стосовно якого вони сформовані. Людина «створює для себе в своїй голові картину світу, яка заслуговує довіри, хоча знаходиться за межами її досяжності» [6, с. 50].

Стереотипи притаманні всім, однак рівень їх культурного та інтелектуального змісту різниться від рівня розвитку самої особи.

Це все, що стосується реального простору і проявів у ньому соціальних стереотипів, однак поряд із ним все більше ваги приділяється нематеріальному, або кіберпростору («як будь-якому середовищу, що генерується ... комп'ютерними технологіями» [3, с. 152]. «Аналіз сутності інформаційних катастроф показує зростання впливу нематеріальної реальності на матеріальну, що, в свою чергу, ставить проблему усвідомленого «будівництва» інформаційної нематеріальної реальності».[12, с. 95] І так як ми вже зазначали, що стереотипи перебувають у свідомості, але проявлятися можуть скрізь, Інтернет-середовище не є виключенням. Тому цікавим і актуальним дослідженням соціальних стереотипів є їх прояви саме у Інтернет-комунікаціях. «В діяльності масових комунікацій стереотипи мають суттєвий значення, так як глибоко торкають весь процес сприйняття інформації» [8, с. 199].

Соціальні стереотипи формуються у свідомості, однак черпають і підкріплюються в Інтернет-середовищі різною інформацією: візуальною, вербальною, текстовою тощо. Таким проявом соціальних стереотипів у мережі Інтернет якраз і є влучні тиражовані цитати,

стереотипні коментарі, демотиватори, «фотожаби», Інтернет-меми, праця тролів і ботів тощо. І для того, щоб краще дослідити самі соціальні стереотипи, необхідно досліджувати і їх прояви. Необхідно розуміти специфіку кіберпростору, стандарти, норми і автоматизми, які сприяють формуванню і розповсюдженню соціальних стереотипів, деякі з них діють лише в кіберпросторі, а деякі – у кіберпросторі і у повсякденній реальності. Тобто функціонувати соціальні стереотипи можуть у цих двох просторах одночасно, у кожному окремо, і на межі цих просторів.

Слід зазначити, що соціальні стереотипи в Інтернет-комунікації і кіберпросторі мають свої особливості, наприклад, швидке розповсюдження і так само швидке зникнення, можливість одночасного візуального, вербального, графічного та текстового відображення тощо. Однак, більшість характеристик не відрізняється від стереотипів повсякденності.

Отже, як висновок, негативне, інколи агресивне, ставлення до соціальних стереотипів як до основної причини всіх негативних наслідків та конфліктів є якнайменше неправомірним, адже проблема знаходиться не у самому понятті стереотип, а власне у людській природі та свідомості. Зміною конкретних негативних стереотипів ми не можемо змінити людське ество, ми змінюємо реальність. Від усіх стереотипів неможливо звільнитись, однак можна усвідомити їх наявність і навчитися ними керувати, мати змогу протистояти масовим маніпуляціям свідомості тощо.

Соціальні стереотипи співіснують у діалектичній єдності між старим і новим: руйнуючи один стереотип, ми формуємо другий. Для більш досконалого дослідження соціальних стереотипів необхідно досліджувати їх прояви, які в повсякденності можуть бути у формі: установки, соціальної думки (думки суспільства), мислення (шаблонного мислення), певного виду інформації, поведінки, правила, уявлення, норми, ставлення, рамки, порівняння з ідеалом, поглядів, сприйняття, образу, судження, норм поведінки, розуміння, способу впливу тощо.

Інтернет-середовище заповнене соціальними стереотипами різної якості, культурного та інтелектуального наповнення. Деякі стереотипи можуть існувати та мати свої прояви лише у кіберпросторі, деякі – лише у повсякденній дійсності, а деякі – одночасно в обох або на їх межі. Проявом соціальних стереотипів у мережі Інтернет якраз і є влучні тиражовані цитати, стереотипні коментарі, демотиватори, «фотожаби», Інтернет-меми, праця тролів і ботів тощо. Їх дослідження і виявлення є дуже прогресивним і перспективним для сучасної науки, особливо у міждисциплінарному контексті, так як за інформацією, знаннями та навіть натхненням люди все частіше звертаються до мережі. Хоча це досить нові слова, з якими багато хто ще навіть не зустрічався як з поняттями або термінами, вони містять в собі багато стереотипного, а їх дії на собі вже відчував не раз кожен користувач, інколи не знаючи, що на форумі його найбільше дратує троль (Інтернет-провокатор), що інколи він спілкується з ботом (спеціальна програма, що імітує спілкування), що із захопленням він в соціальній мережі розповсюджує меми (умовний медіа-вірус, який передається через Інтернет від людини до людини) тощо. Слід досліджувати соціальні стереотипи у всіх їх проявах та сферах застосування, адже вони можуть бути використані не лише для економії нашого часу, а й для різних маніпуляцій нашою свідомістю, поділу світу на

«чорне» і «біле», доведення до крайнощів, які ніколи не дозволять дійти консенсусу чи компромісу між людьми, групами, спільнотами та навіть державами.

Бібліографічні посилання

1. Базиков Р.В. Социальные стереотипы: концептуальный аспект [Текст] : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Р.В. Базиков. – Ростов н/Д, 1999. – 28 с.
2. Боровская Л.А. Теория стереотипов Липпмана и ее последующая трансформация в социальной науке [Текст] /Л. А. Боровская // Вісн. Нац. авіац. ун-ту : Філософія. Культурологія : зб. наук. праць. № 1 (2) 2005 / гол. ред. Л. Г. Дротянко. – К. : [б. в.], 2005. – 204 с.
3. Девтеров І. В. Соціалізація людини у кіберпросторі [Текст] : монографія / І. В. Девтеров ; МОН МС України. – Київ : НТУУ «КПІ», 2012. – 360 с.
4. Змановская Е. В. Руководство по управлению личным имиджем [Текст] / Е. Змановская. – СПб : «Речь», 2005. – 144 с.
5. Лавлінський Р. А. Процеси формування і функціонування стереотипу у свідомості людини [Текст] / Р.А. Лавлінський // Ученые записки Таврического нац. ун-та им. Вернадского : Серия «Философия. Культурология. Политология. Социология». – Том 24(63). – 2011. – С. 204–210
6. Липпман У. Общественное мнение [Текст] / У. Липпман ; пер. с англ. Т.В. Барчунова ; ред. пер. К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М. : Инст-т Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
7. Мацумото Д. Психология и культура [Текст] / Д. Мацумото. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2002. – 416 с.
8. Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации [Текст] : уч. пособ. / Т.В. Науменко. – СПб. : Питер, 2005. – 288 с.
9. Нельсон Т.Д. Психология предубеждений. Секреты шаблонов мышления, восприятия и поведения [Текст] : пер. с англ. / Тодд Нельсон. – 2-е междунар. изд.. – СПб.; М. : Прайм-еврознак ; ОЛМА-пресс, 2009. – 384 с.
10. Платонов Ю. П. Социальная психология поведения [Текст] : уч. пособ. / Ю. П. Платонов. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с.
11. Русевич Т. В. Мова архітектури – символи або стереотипи [Текст] / Т.В. Русевич // Архітектурний вісник КНУБА : наук.-виробничий збірник / відповід. ред. П.М. Куліков. – К. : КНУБА, 2013. – Вип. 1. – 416 с.
12. Скворцов Л.В. Информационная культура и цельное знание / Л.В. Скворцов. – М. : изд-во МБА, 2011. – 440 с.

Роечко В. А. Формы и сферы проявления социальных стереотипов в условиях киберпространства и за его пределами.

В области социальной философии рассмотрены основные вопросы и проблемы относительно феномена социальных стереотипов в Интернет-коммуникациях. Проанализированы различные подходы к пониманию социальных стереотипов. Исследованы мнения студентов относительно повседневных общих представлений о стереотипах. Обоснована целесообразность исследования форм и сфер проявлений социальных стереотипов в условиях киберпространства и за его пределами. Основные методы исследования: исторический, логический, описательный, сравнительный, наблюдения и контент-анализа. Использован системный подход. Социальные стереотипы представлены как социально значимая информация, распространяемая в киберпространстве. Пришли к выводу, что социальные стереотипы присущи всем людям и являются неотъемлемой частью их сущности. Они имеют свою специфику и присущи как для киберпространства, так и вне него, ведь их существование обусловлено еще задолго до его появления.

Ключевые слова: социальный стереотип, информация, коммуникации, Интернет-коммуникации, киберпространство

Roienko V. Forms and spheres of manifestation of social stereotypes in cyberspace and beyond it.

We examined the main issues and problems of the phenomenon of social stereotypes in Internet communication in sphere of social philosophy. We analyzed different approaches to understanding social stereotypes. We explored the opinions of students on general ideas of stereotypes. We explained expediency to research forms and spheres of manifestation of social stereotypes in cyberspace and beyond it. The main methods were historical, logical, descriptive, comparative, observation and content analysis. We used a systematic approach. We defined social stereotypes as socially important information in cyberspace. We concluded that social stereotypes are inherent to all people and are an integral part of their being. They have their own specific and characteristic for both cyberspace and beyond, because social stereotypes were existed long before of cyberspace emerging.

Key words: social stereotypes, information, communication, Internet communication, cyberspace.

Надійшла до редколегії: 29.04.14 р.

УДК 316.48:17

В. С. Ромадикіна

Донецький юридичний інститут МВС України

КОНФЛІКТ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН: СПРОБА ФІЛОСОФСЬКОГО ОСМИСЛЕННЯ ЙОГО СУТНОСТІ

Досліджено поняття «конфлікт» за допомоги міждисциплінарного підходу. Зроблено спробу виявити наукові позиції щодо його сутності. Співвідноситься «конфлікт» з такими категоріями як: «конфліктне протистояння», «суперечність», «суперництво (змагання)». Запропоновано авторське визначення конфлікту, що дозволяє використовувати його в дослідницьких цілях.

Ключові слова: конфлікт, конфліктне протистояння, суперечність.

Постановка проблеми. Конфлікт є досить складним соціально-психологічним явищем, однією з небезпечних тенденцій сучасного культурного, соціального, економічного та політичного розвитку країни. Сьогодні стало помітне збільшення соціальних конфліктів на різних його рівнях та різноманітних проявах. А реалії в Україні протягом 2013-2014 рр. переконають у необхідності ретельного, глибокого наукового вивчення всіх аспектів виникнення конфліктних ситуацій, конфліктних протистоянь. І особливо зараз, коли в країні соціальні зміни супроводжуються не тільки зростанням

конфліктної напруги та її загостренням, а й все частіше не контрольованістю деструктивних конфліктів, що приводять до насильства, озброєння та гибелі людей. Дуже часто конфлікти, що набувають небезпечного розмаху, виходять з-під контролю як громадських, так і державних організацій; з'являється реальна загроза національній безпеці країни та суспільство опиняється на межі катастрофи.

Ті жахіття, що ми спостерігаємо сьогодні, та біль, що не дає, а тим хто втратив своїх близьких, ніколи й не дасть спокою, ті страждання та переживання за своїх