

костюма и использование результатов работы в разработке базы данных и компьютерной программы. – Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – № 3 (369) 2017. С. 159–163.

11. Макарова Т. Л., Макаров С. Л. Выставки дизайна и рекламы: новые информационные технологии и креативные решения в дизайне, рекламе и сервисе. Монография. – М.: РИО МГУДТ, 2016. – 108 с.

УДК 316.46

СИСТЕМЫ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ИНТЕРЕСОВ

Соловей Т.Г., доц.

Белорусский государственный университет,

г. Минск, Республика Беларусь

Реферат. В статье рассматривается система взаимодействия гражданского общества и правового государства через группы интересов. В отличие от политических партий группы интересов не претендуют на непосредственное участие в осуществлении власти, а добиваются удовлетворения своих особых интересов путем целенаправленного давления на властные структуры.

Ключевые слова: гражданское общество, группы интересов, институты публичной власти, электоральное представительство, государственная власть, функциональное представительство, плюралистическая система.

Значительную роль в системе взаимодействия гражданского общества и правового государства играют разнообразные группы интересов. Их важнейшей функцией является удовлетворение интересов и потребностей своих членов, представительство и защита их в механизмах государственной власти. В отличие от политических партий группы интересов не претендуют на непосредственное участие в осуществлении власти, а добиваются удовлетворения своих особых интересов путем целенаправленного давления на властные структуры.

Воздействие групп интересов на институты публичной власти может осуществляться как в рамках электорального представительства, так и преимущественно посредством функционального представительства организованных интересов. *Электоральное представительство* – это классическая система представительства интересов через выборы. Эта система не предполагает непосредственного контакта заинтересованных граждан и групп с органами государственной власти. Агентами, представляющими интересы групп и общества в целом, в такой системе выступают депутаты парламента и местных представительных органов. Формами участия групп интересов в избирательном процессе могут быть выдвижение кандидатов в состав представительных и исполнительных органов власти; поддержка, в том числе финансовая, на выборах близких политических партий и их кандидатов, создание собственных политических организаций и партий.

Функциональное представительство интересов осуществляется путем прямых, не опосредованных выборами связей между группами интересов и органами государственной власти и управления. Его суть состоит в постоянном взаимодействии в процессе подготовки политических решений государственных органов и заинтересованных групп. Каналами представительства, посредством которых объединения граждан доводят до властных структур свои требования, являются: бюрократия (государственные служащие), парламент и местные представительные органы, суды, политические партии, средства массовой информации и др.

Среди основных форм и методов давления организованных интересов на властные структуры можно выделить: участие представителей заинтересованных групп в разработке законодательных и других нормативно-правовых актов; в работе парламентских комиссий, межведомственных советов, совещательных и консультативных органов, экспертных групп при различных государственных органах; организацию пропагандистских кампаний в средствах массовой информации, сбор подписей под соответствующими требованиями, прямые акции (митинги, забастовки, демонстрации) и др.

В разных странах сложились собственные, обусловленные национальными условиями и традициями системы функционального представительства. Они включают в себя как формальные, официально установленные институты и учреждения, позволяющие группам представлять свои интересы в органах государственной власти, так и неформальные контакты с должностными лицами для неофициального обмена информацией.

Облик системы функционального представительства во многом зависит от существующей в данной конкретной стране формы отношений между государством и обществом. В современном мире выделяют две основные модели функционального представительства интересов: плюралистическую и корпоративистскую.

Плюралистическая система предполагает наличие в обществе широкого спектра различных интересов, и, следовательно, многообразие заинтересованных групп, которые находятся в постоянной конкуренции друг с другом. Теоретическое обоснование плюралистической модели представительства интересов содержится в теории плюралистической демократии или теории плюрализма, разработанной американскими политологами Д. Трумэнном, Р. Далем и др. Соперничество и баланс групповых интересов рассматриваются ими как социальная основа демократической власти, ее динамики.

Г. Алмонд и Дж. Пауэлл называют следующие основные особенности плюралистической системы: разнообразные группы интересов могут представлять единый социальный (общественно значимый) интерес; членство в группах является добровольным; группы часто имеют свободную или децентрализованную организационную структуру; группы интересов и правительство четко отделены друг от друга [1, с. 146].

Основная идея плюралистической модели заключается в том, чтобы позволить группам свободно организовываться и бороться за контроль над институтами публичной власти без преобладания в этой борьбе какой-либо одной или нескольких групп. Наличие множества групп создает преграду на пути возникновения монополии на представительство.

Государство здесь выступает в роли беспристрастного арбитра, который оценивает соотношение сил между соперничающими интересами, но не вмешивается напрямую во взаимодействие между группами, а также в процесс их формирования. Большинство государственных решений следует рассматривать как продукт взаимодействия групп и результат компромисса разных сторон.

Плюралистическая система представительства интересов действует в США, Канаде, Великобритании, Японии и целом ряде других стран.

Корпоративистская система представительства интересов ключевым своим звеном имеет государство. Именно оно признает за той или иной группой исключительное право на представительство определенного интереса; государство поддерживает создание и контролирует деятельность ограниченного числа групп.

Один из крупнейших теоретиков корпоративизма Ф. Шмиттер выделил три основных особенности корпоративной модели отношений между обществом и государством: – государство упорядочивает группы, выстраивает иерархию групп, пресекая развитие конкуренции между ними;

– государство поддерживает официально разрешенные группы, полностью или частично субсидируя их деятельность;

– в обмен на субсидирование и обеспечение монопольного представительства государство контролирует деятельность существующих групп, активно вмешиваясь в их внутренние дела, включая процессы выдвижения требований, выбора руководства и т. п. [2, с. 15].

Таким образом, если главным признаком плюрализма является конкуренция, свободное соревнование групп интересов в их воздействии на государство, то в корпоративизме налицо монополия определенных групп на представительство интересов. Сеть иерархических связей между группами интересов и государством ставит группы в зависимость от государства и в то же время позволяет им проникать в государственные институты и отстаивать свои интересы. В условиях корпоративизма крупные союзы интересов как бы встроены, инкорпорированы в механизм государственной власти, хотя при этом формально сохраняют автономию по отношению к государству.

В ряде стран Южной Европы и Латинской Америки корпоративизм проявился в крайне жестких формах и использовался для поддержания диктаторских режимов (Муссолини в Италии, Салазара в Португалии и др.). В послевоенный период корпоративизм прочно ассоциировался с фашизмом. Практика тоталитарного корпоративизма скомпрометировала саму идею функционального представительства особых интересов.

Однако, в 70–80 гг. XX в. корпоративизм возродился в новом виде. На смену государственному корпоративизму пришел социетальный корпоративизм или «неокорпоративизм». Односторонний контроль со стороны государства заменяется на взаимный контроль или даже партнерство между государством и наиболее сильными группами интересов. С одной стороны, государство при проведении своей политики учитывает интересы и требования групп, с другой – данные общественные структуры обеспечивают лояльность государственным институтам.

Новым и либеральным корпоративизм делают: наличие самостоятельных, независимых от государства групп интересов и их нацеленность на взаимодействие с ним ради укрепления социального партнерства и повышения экономической эффективности; та или иная степень институционализации указанного взаимодействия и способность государства «навязывать» в ходе переговорного процесса приоритеты, диктуемые общенациональными интересами; соблюдение всеми сторонами взятых на себя обязательств и соответствующая система контроля за их выполнением.

Проявлением неокорпоративизма является трипартизм – устоявшаяся практика согласования позиций между ассоциациями бизнеса, профсоюзами и правительством перед принятием решений. Правительство вырабатывает и реализует социальную и экономическую политику на основе переговоров с лидерами крупных профсоюзов и организаций работодателей.

Социетальный корпоративизм наиболее последовательно реализован в Австрии, Нидерландах, Норвегии, Швеции, Дании. Но в чистом виде ни корпоративизм, ни плюрализм не существуют ни в одной стране мира. В большинстве современных государств можно обнаружить элементы как корпоративизма, так и плюрализма.

Список использованных источников

1. Алмонд, Г. Сравнительная политология сегодня : Мировой обзор / Г. Алмонд, Дж. Пауэлл, К. Стром, Р. Далтон. – Москва : Аспект Пресс, 2002. – 537 с.
2. Шмиттер, Ф. Неокорпоративизм / Ф. Шмиттер // Полис. – 1997. – № 2. – С.14–26.

УДК 659.13 : 7.045

РЕКЛАМНЫЙ ОБРАЗ РЕБЁНКА НА ОБЛОЖКАХ МОДНЫХ ЖУРНАЛОВ

Макарова Т.Л., д-р искусствоведения, проф., Сорокина К.О., маг.

*Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство),*

г. Москва, Российская Федерация

Реферат. В статье рассмотрены рекламные образы детей на обложках модных журналов, выявлены закономерности формирования рекламных образов ребёнка в российских изданиях журнала «Vogue kids».

Ключевые слова: модные журналы, образ ребёнка, обложка журнала, ребёнок, рекламный образ.

Сегодня стало модным бороться за защиту прав людей. Парни и девушки, мужчины и женщины, пожилые люди и даже дети пытаются всем доказать свою независимость и равенство прав. Если говорить о людях, чья личность и мировоззрение уже успели сформироваться, то дети только проходят этот процесс осознания и развития своей индивидуальности. Так ли необходимы для них такая «свобода действий» и равенство прав с другими возрастными категориями людей?

Цель работы: проанализировать рекламные образы детей на обложках модных журналов за 2009–2016 годы, выявить закономерности формирования рекламных образов ребёнка на обложках российского издания «Vogue kids», сделать выводы о влиянии мира моды на образ и психологию ребёнка.

Методы исследования: художественно-конструкторский анализ, сравнительно-исторический анализ, системный подход, эмпирические методы, наблюдение, сравнение, эксперимент; для обработки данных: методы теории вероятностей и математической