

политику в республике. Еще одним способом повышения политической активности молодежи может стать создание политических клубов и политических лабораторий при учебных заведениях; развитие молодежных общественно-политических организаций.

При анализе политического участия следует иметь в виду мотивы политической деятельности индивида. К наиболее общим мотивам относят идеологический, нормативный и ролевой. На формирование мотивов влияет набор установок индивида. Следовательно, политическая реклама как деятельность, формирующая общественные умонастроения, с психологической точки зрения сводится к процессам выработки установок. Включение механизмов рекламы на этапе осознания потребностей, совмещение их с предложением кандидата и дальнейшая кодификация в рекламных материалах может стать одним из направлений воздействия рекламы на политическое участие граждан.

Политическое участие часто подразделяют на автономное и мобилизационное. Автономное участие – это свободная добровольная деятельность индивидов, преследующих личные и групповые интересы. В отличие от него мобилизационное участие носит принудительный характер. Стимулами политической активности становятся страх, административное принуждение, традиции и т. д. Безусловно, оба типа являются идеальными в том смысле, что в любом обществе, в любой политической системе присутствуют элементы того и другого.

Чтобы должным образом понять условия, в которых граждане участвуют в политике, представляется целесообразным воспринимать индивидуальные качества граждан и их социальное окружение как условия, облегчающие или отягощающие политическое участие, но не как самостоятельно действующие факторы. Таким образом, политическое участие – это, за некоторыми исключениями, ориентированное на коллективные цели социальное поведение, которое осуществляется в комплексной взаимосвязи между институциональными структурами, конкретными политическими событиями, групповой принадлежностью и индивидуальными качествами.

СУЩНОСТЬ АЛИМЕНТНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ

Я. А. Тюхтяева (УО «МГУ им. А. А. Кулешова»)

Научн. рук. С. П. Чечкова,

ст. преподаватель

Законодательство о браке и семье предусматривает два порядка уплаты алиментов: принудительный – по решению суда или на основании судебного приказа и добровольный – по соглашению сторон. Между двумя этими способами действующее законодательство проводит четкое различие. При наличии соглашения об уплате алиментов их взыскание в принудительном порядке не допускается. Алиментное обязательство – правоотношение, возникающее на основании предусмотренных законом юридических фактов: решения суда, судебного приказа или соглашения сторон, в силу которого одни члены семьи обязаны предоставлять содержание другим ее членам, а последние вправе его требовать.

В нашей стране круг лиц, обязанных предоставлять содержание, по-прежнему является более широким, чем в подавляющем большинстве других стран. Во многом это связано с тем, что государство неспособно обеспечить всех нуждающихся нетрудоспособных лиц необходимыми средствами за счет системы социального обеспечения. Общими основаниями возникновения алиментных правоотношений является наличие между субъектами родственной или иной семейной связи; наличие предусмотренных законом или соглашением сторон условий решения суда о взыскании алиментов, соглашение сторон об их уплате.

Если алименты взыскиваются по решению суда или судебного приказа, их уплата автоматически прекращается со смертью получателя или плательщика алиментов. Строго

личный характер алиментных обязательств делает правопреемство в них невозможным. Выплата алиментов несовершеннолетним детям прекращается с момента достижения ребенком совершеннолетия или приобретения им полной дееспособности до достижения совершеннолетия в результате эмансипации или вступления в брак. Алиментные обязательства в отношении несовершеннолетнего ребенка прекращаются также в результате усыновления этого ребенка. Обязательства по содержанию на основании решения суда совершеннолетних нетрудоспособных получателей алиментов прекращаются при восстановлении их трудоспособности или нуждаемости.

МОДА КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ

Д. Н. Уздовская (УО «ГГУ им. Ф. Скорины»)

Научн. рук. М. Я. Тишкевич,

ст. преподаватель

Феномен моды на протяжении столетий интересовал многих людей. Очевидно, что за сущностью моды, формами ее проявления и воздействия на общество и человека кроется не просто сиюминутная конъюнктура, но причины более глубокие, такие, как особенности экономического развития, социокультурная ситуация, международные контакты и другие факторы, влияние которых «ускользает» при взгляде на моду на уровне обыденного сознания. Поэтому, несмотря на различие подходов и точек зрения, существовавших в различные эпохи, изучение моды как социального явления всегда касалось широкого круга проблем и вопросов общественного развития. Но, пожалуй, наиболее актуальна необходимость исследования феномена моды в наши дни. На все общество мода распространяется только там и тогда, где и когда существует возможность подражания одних социальных групп другим путем заимствования определенных культурных образцов.

Впервые на особенные черты общества, в котором появляется и действует массовая мода, указал немецкий социолог Г. Зиммель в конце XIX в. Он выделил следующие его признаки: 1) В обществе должны существовать различия между социальными слоями по престижу (поэтому в первобытном обществе не было моды). 2) Представители низших слоев стремятся занять более высокое положение в обществе и имеют для этого возможности (т. е. не существует жестких социальных перегородок). Следовательно, мода действует в социальных системах, для которых характерны такие черты как динамичность, социальная дифференциация и мобильность, открытость, избыточность (развита система тиражирования материальных и культурных благ, существует множество конкурирующих модных образцов).

Мода представляет собой процесс, постепенно развивающийся внутри старых социальных форм. Появление моды в XII–XIII вв. в городах Западной Европы было связано с развитием городской культуры, потребностью в новых формах коммуникации. Местом подобных контактов стали городские площади и улицы, где встречались паломники, посетившие святые места, купцы и странники, побывавшие в дальних странах, рыцари, возвращавшиеся из крестовых походов. Именно в городах появлялись новые культурные образцы и идеи, развивалось производство, сначала в виде городского цехового ремесла, ориентированного на изготовление изделий на продажу, затем в виде мануфактуры. Но местом рождения моды были, прежде всего, двор короля и дворцы придворной знати. Социально значимым явлением мода становится в XIX в. в результате буржуазных революций и промышленного переворота, когда сформировалось общество «равных возможностей». В новых общественных условиях были отменены прежние сословные границы и запреты, стало развиваться массовое производство, позволяющее удовлетворять потребности в разнообразных и дешевых товарах для массового потребителя.

Мода связана с массовым выбором и массовым поведением. В современном обществе ведущую роль играет средний класс, который и является законодателем моды