

В) Політичні фактори (політична стабільність - правова свідомість громадян - стійка законодавча база - розвиток громадянського суспільства), що й формує сильний прошарок середнього класу.

С) Соціальні фактори (освіта-соціальна роль – соціальний статус), як необхідність для розвитку.

І тому середній клас виступає – стабільною, легальною, некриміналізованою верствою, що сприяє формуванню відкритого громадянського суспільства. В такому суспільстві громадяни вмiють захищати власні інтереси, свої права, активізується розвиток етичних та законодавчих норм, спрямованих на реалізацію свого економічного та духовного потенціалу.

Подальші дослідження пов'язані з тим фактом, що формування середнього класу в українському соціумі має недостатній рівень аргументації суто на теоретичному рівні і тому потребує значного періоду для вивчення, а ще більшого для практичного втілення за демократичними мірлами сталого розвитку. Саме період трансформації політичного процесу в Україні й сприяє цілеспрямованому формуванню середнього класу як соціального партнера. Проте соціально-економічні чинники дають в свою чергу імпульси змінного характеру, які призводять до розшарування соціальної стратифікації.

Література

1. Арістотель. Політика. К.- Видавництво Соломії Павличко “Основи”, 2003. – 115с.
2. The Declaration of Independence. On Congress, July, 4, 1776// American Government. Freedom and Power/ Lowi, J. Theodore, Ginsberg, Benjamin.-New York; London: W. W. Norton and Company, 1992.-Р. А-31.
3. Алекс де Токвіль. Давній порядок і Революція. Київ.: Юніверс, 2000.- 224с.
- 4.М. Вебер. Основные понятия стратификации. /Хрестоматия. Политология. под редакцией профессора М.А. Василика.- Москва. 2000. – 483с.
5. Ф. Шмитер. Размышления о гражданском обществе и консолидации демократии /Хрестоматия. Политология. под редакцией профессора М.А. Василика.- Москва. 2000. – 483с.
6. Пахомова Н. Середній клас в Україні: неоплачені перспективи/ <http://www.dialogs.org.ua> від 15.10.03
7. Андрусак І. Міфи й упередження середнього класу/ <http://www.dialogs.org.ua/ru/materials/full/2/270>
8. Грицанюк В. Середній клас: теоретичні аспекти// Етнокультурні проблеми політичного процесу в Україні. - Львів,2001.
9. Марков І. Український середній клас зароджується в Італії/ <http://www.for-ua>.
10. План розвитку країни/ під ред.: І. Богословської, І. Дідковського, О. Чалого. – К.: Видавнича компанія “Воля”, 2005, - 97с.
11. Поліщук І. Виборчий процес як детермінанта сучасної політики/ Політичний менеджмент.-К., №3. 2005. – с.137-139.

Климанська Л.Д.,

*доцент, кандидат філософських наук,
кафедра соціології та соціальної роботи*

Національного університету «Львівська політехніка»

ВАРІАНТИ ІМІДЖУ СОЦІАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ У МАСОВІЙ ПОЛІТИЦІ

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок її із важливими науковими чи практичними завданнями. В загальному вигляді стаття присвячена процесу конструювання соціальних проблем у символічному полі масової політики, що втілюється у соціально-політичних проектах, які в той чи інший спосіб намагаються вирішити соціальні проблеми. Саме для того, щоб мобілізувати матеріальні та людські ресурси на вирішення соціальних проблем, і створюється імідж проблеми. Формування іміджу як мистецтва цілеспрямованого управління враженням у системі владних взаємин є центральною на етапі постмодерного суспільного розвитку або епохи інформаційного суспільства. Проекти соціального забезпечення, страхування, допомоги, регулювання зайнятості, охорони дитинства, боротьби з різного роду патологіями вкоренилися в соціальній практиці, а сам термін “проект” - у науковому і повсякденному лексиконі. Разом з тим одним з найменш розроблених методологічних питань вироблення соціальних проектів є сама концептуальна постановка проблеми. Крім власне визначення проблеми, постає ще питання вибору: проблем багато, вирішувати їх всі одночасно суспільство не може, отже виникає те, що спеціалісти називають конкуренцією соціальних проблем. Там, де є конкуренція, виникає потреба у створенні іміджу. Існуюча невизначеність у тому, що ж дійсно є соціальною проблемою, в який спосіб формується імідж соціальної проблеми у масовій політиці, викликає потребу теоретичного осмислення.

Проблема напряму пов'язана з науковим завданням дослідження та аналізу соціальних проблем суспільства у курсах соціальної політики і з практичними процедурами профілактики, упередження проблемних ситуацій через використання комунікативних технологій.

Аналіз останніх джерел і публікацій

Як предмет теоретичного вивчення соціальні проблеми вперше стали розглядатися в США, коли в 1865 р. утворилася Американська асоціація соціальних наук [1, 452].

Великий вплив на формування соціологічного підходу до їхнього дослідження справила творчість Е. Дюркгейма, яка започаткувала функціональний підхід до трактування соціальних проблем, що довгий час панував у соціологічній теорії.

Соціологія соціальних проблем виникає як особливий напрямок і найактивніше розвивається в американській соціологічній думці. Інтенсивне вивчення соціальних проблем у США припадає на 1910-1940 р. У цей період з'явилися монографії і статті у провідних журналах із даної тематики[2]. У ранніх роботах в якості соціальних проблем розглядалися головним чином злочинність і вживання наркотиків. Їхнє дослідження спиралося на методологію Е. Дюркгейма, при цьому основний акцент робився на індивідуальній чи сімейній дезорганізації, тобто на індивідуальній девіантній поведінці. Нерідко соціальні проблеми ототожнювалися з патологією, інтерпретувалися в термінах деморалізації і пояснювалися нездатністю індивіда відповідати встановленим у суспільстві нормам і правилам, що виявлялося в дискусіях про розлучення, незаконну народжуваність та розумові розлади. Вирішення цих проблем бачилося через призму індивідуальної адаптації до існуючих соціальних умов, при мінімальному втручанні держави у відповідні процеси за допомогою таких засобів як сучасні державні соціальні програми або соціально-політичні проекти.

В політологічній літературі сутність соціальних проблем не розглядалася. За замовчуванням передбачалося, що соціальні проблеми – це те, що покликані вирішити курси соціальної політики, а як виникають соціальні проблеми, яким чином набувається статус соціальної проблеми складними соціальними обставинами у публічній політиці, не вважалося предметом для політологічного дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Отже, існує певна невизначеність у тому, чому та чи інша проблема набуває статусу соціальної, що саме (або хто саме) перетворює складні соціальні обставини

на соціальну проблему. Тому наша стаття присвячена аналізу процесу конструювання іміджу соціальної проблеми, тобто дослідженню того, як проблема набуває статусу соціальної, як видозмінюється імідж соціальної проблеми, коли сама проблема виходить на публічні арени.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). В якості мети статті поставлено – проаналізувати поняття «імідж соціальної проблеми», охарактеризувати особливості іміджу соціальної проблеми, виділити певну етапність у конструюванні іміджу проблеми на рівні масової політики.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Кожен, хто слідкує за новинами не може не почути твердження стосовно нових соціальних проблем. Газети розповідають про те, що лікарі ідентифікували нову хворобу, або науковці виявили нову загрозу від зовнішнього середовища. Людству загрожують то світова економічна криза, то тотальна енергетична криза, то ефект глобального потепління, то «ядерна зима».

Політики використовують ярлик «соціальна проблема» для того, щоб обґрунтувати на рівні масової політики свої зусилля із спрямування ресурсів держави на вирішення тих чи інших складних соціальних ситуацій. Статус соціальної проблеми передбачає вже не тільки увагу громадськості та науковців до ускладнених обставин, а увагу політиків до них, необхідність прийняття рішень в межах соціальної політики для вирішення цих ситуацій /проблем. На державному рівні приймаються національні соціально-політичні проекти, що передбачають боротьбу із бідністю, на захист материнства і дитинства, на створення гідних умов життя пенсіонерам, вирішення проблеми бездомності, тобто проекти, які покликані вирішити масштабні соціальні проблеми.

Так в інформаційному полі масової політики з'являється сама соціальна проблема. Основним нормативно-символічним засобом, за допомогою якого проблема продукується в політиці виступає вже тепер не групова ідентифікація, а конкретні, прив'язані до реального контексту інформаційні приводи (в тому числі і такі, які конструюються свідомо). На місце громіздких ідеологій, з їх програмами та гаслами, приходять мобільніші маркетингові конструкції, перш за все політична реклама та PR (системи особливих принципів, норм та стандартів обігу інформації, використання її інтелектуальних продуктів у діагностиці проблем при узгодженні інтересів та в інших функціональних політичних процесах). Саме вони, використовуючи легку та навіть тривіальну мову звертання і перетворюючи в інструмент комунікації промову, повідомлення, образи, переконання та інші елементи людської активності спроможні забезпечити спорадичне використання людьми механізмів політики для захисту своїх інтересів.

Головним системоутворюючим конструктором у цьому процесі є імідж, поширення та споживання якого виявляється умовою формування політичних спільнот. Місце і роль іміджу в системі нормативно-символічної сфери є досить специфічними. В сучасних умовах саме імідж виступає як засіб сприйняття людьми соціальних проблем і соціально-політичних проектів, спрямованих на їхнє вирішення.

Термін „імідж” може вживатися як мінімум у двох основних значеннях. З одного боку, під ним можуть розуміти образ будь-якого об'єкта (політика, товару, фірми, явища), який сформувався й існує у свідомості певної групи людей. З іншого боку, цей термін часто використовують для позначення того образу, який «конструюється», «створюється» з метою викликати бажані зміни у свідомості та поведінці людей, справити на них певний вплив.

Імідж соціальної проблеми виникає з потреби в умовах конкурентного середовища сформулювати емоційно забарвлене ставлення до обставин, що викликають стурбованість окремої групи людей. Він виникає за умови, що:

- *індивід* (який входить до певної соціальної групи людей, наприклад, жінка, яка належить до організації «Жінки за майбутнє») *сприймає* соціальні

обставини, що склалися у сучасному українському суспільстві як проблемні (наприклад, її турбує те, що вона не може зробити кар'єру у великій успішній фірмі, і вважає це системним явищем);

- в результаті такого сприймання у психіці цього індивіда виникає **образ даної проблеми** (ситуація, наприклад, категоризується як «гендерна нерівність»);

- проблема зазвичай мимовільно співвідноситься із **власною системою цінностей**, де «записано», що «добре» і що «зле» (у жінки в її психіці «записано», що «мати рівні шанси на розвиток кар'єри і для жінок, і для чоловіків – це добре», «не давати можливості жінкам займати місця у вищих ешелонах менеджменту фірм – це зле» тощо);

- в результаті чого у людини виникає **ставлення** до цього об'єкту у вигляді **думки** («гендерна нерівність – це вияв соціальної несправедливості», «слід зробити щось, щоб позбутися гендерної нерівності»...).

Імідж соціальної проблеми має свою специфіку. **Особливістю іміджу соціальної проблеми** порівняно з іміджами окремих людей, організацій, інститутів є:

- **відносна безсуб'єктність**, оскільки йдеться, як правило, про імідж певних обставин або соціальної практики, не йдеться про імідж конкретної людини або групи людей;

- перенесення акценту з фактажної складової, з інформаційного каркасу, образу-знання на **«іміджологему», тобто образ-значення;**

- **опосередковано-фоновий** характер іміджу, який передбачає, що іміджформує інформацію про проблему громадськість, як правило, отримує через вторинні джерела (розповіді свідків або жертв проблеми, інформація із ЗМІ).

Варіант іміджу соціальної проблеми залежить від етапу комунікативного процесу. Спробуємо розглянути, яким чином видозмінюється імідж проблеми бездомності в Україні. Бездомність як проблему визначаємо як „відсутність тривалого або постійного дому, над яким індивіди або сім'ї мають особистий контроль, і який забезпечує основні потреби житла, приватності і безпеки за доступну ціну, разом з прямим доступом до соціальних та економічних послуг” [3, 7].

Первинно, зазвичай, виникає так званий **дзеркальний імідж соціальної проблеми**, тобто імідж проблеми у свідомості тих, хто найбільше потерпає від неї, у свідомості жертв складних соціальних обставин. Як правило, дзеркальний імідж соціальної проблеми стає відомим громадськості лише тоді, коли процес соціальної проблематизації вже йде в повну силу. До моменту виникнення так званих заяв-вимог дзеркальний імідж проблеми залишається в зоні замовчування. Суспільство, громадськість робить вигляд, що проблеми не існує, а отже немає про що говорити. І тільки після того, як з'являється інформація про заяви-вимоги щодо соціальної проблеми, експерти, науковці, журналісти роблять спроби дізнатися про те, що ж думають про саму проблему люди, які найбільше від неї страждають. Анкетування бездомних у м. Львові, що проводилось від червня до жовтня 2008 року продемонструвало, як самі бездомні трактують проблему бездомності, що їх найбільше хвилює, якими вони бачать причини бездомності. „Серед причин існування бездомності у Львові більшість респондентів назвали погану роботу органів міської влади (47%), алкоголізм і наркоманію (42%), певні риси характеру бездомних (18.5%). Також були висловлені думки щодо відсутності у бездомних бажання працювати, наявності психічних хвороб та бездомності як результату квартирних махінацій [4].

Процес соціальної проблематизації (оформлення складних соціальних обставин у соціальну проблему), як правило, починається з формулювання заяв-вимог, що передусе втручанням мас-медіа. Заявники проблеми - активісти громадських організацій, що намагаються вирішити соціальну проблему або експерти - презентують початкові, або первинні заяви-вимоги, за допомогою яких формується **бажаний (цільовий) імідж проблеми**, в якому основне – визначити, у чому полягає сутність проблеми, чому вона соціальна. Наприклад, виконавчий директор „Спільноти взаємодопомоги „Оселя” –

неприбуткової організації (рік створення 2003), яка одна з перших в Україні почала всіляко підтримувати бездомних, Олеся Саноцька формулює проблему бездомності набагато глибше, ніж це артикулюється самими бездомними. „Бездомні асоціюються з людьми, які не мають даху над головою, будинку, але це тільки один пласт величезної проблеми, яка полягає в тому, що бездомна особа ізольовується в громаді. В цих людей розірвані зв'язки з сім'єю, вони не можуть нормально жити, вживають алкоголь, у них довгий час нема роботи. Це такі пласти, які людина шар за шаром має відновлювати, аби включитися в життя суспільства... Тобто, дах над головою - це не найголовніше, що ми хочемо дати в кінцевому результаті. Ми хочемо допомогти людині поступово повернути собі повноцінне життя в громаді, відчуття власного дому всередині себе” [4]. У такій інтерпретації проблема бездомності презентується як ширша проблема соціальної виключеності індивіда, його відкинутості на узбіччя громади.

М.Г. Єгоров, керівник Російської благодійної громадської організації „Ночівля” (Ночлежка), голова міжрегіональної мережі „За подолання соціальної виключеності” виводить проблему бездомності в ранг правових колізій, які започатковані ще за часів Радянського Союзу. Після революції 1917 року з'явився інститут прописки (пізніше – реєстрації) – унікальний механізм контролю держави над своїми громадянами, основу якого складає паспортна система та реєстрація за місцем проживання. За наявності паспорта та реєстрації громадянин володіє усім набором соціальних прав, відсутність хоча би одного із компонентів означає, що він втрачає ці права повністю. Без реєстрації людина втрачає можливість реалізувати конституційні права на працю, освіту, соціальні та медичні послуги, виборче право. Для того, щоб отримати громадянство слід звернутися до суду за місцем реєстрації. Але і звертатися до суду без паспорта не можна. Коло проблеми замикається [5]. Отже соціальна проблема виростає із соціальної політики держави і представлена у суспільній свідомості виключно зовнішніми ознаками. М.Г. Єгоров визначає бездомність як правову кризу системи відносин «соціум–бездомний».

На етапі залучення до процесу соціальної проблематизації засобів масової інформації йдеться про *демонстраційний варіант іміджу соціальної проблеми (або про медійний імідж)*. Медійний імідж соціальної проблеми можна інтерпретувати як сукупність стійких оціночно-сміслових характеристик суб'єкта, що складаються поетапно в результаті інформаційної діяльності ЗМІ із висвітлення даного суб'єкта. Це опосередковано-фонівий імідж, через матрицю якого громадськість долучається емоційно по спільній соціальної проблеми.

В якості параметрів, що лежать в основі формування медійного іміджу суб'єкту виділяються: рівень новинної видимості суб'єкта, кількість смислових характеристик, валентність, тобто позитивне чи негативне сприймання суб'єкта іміджу, інтенсивність оціночних характеристик. На формування медійного іміджу накладається ще і природа самої журналістської діяльності, а саме потреба зробити з інформації новину, тобто подати інформацію про проблему у такій формі, яка би продемонструвала важливість, інтерес (зацікавленість), новизну та баланс поглядів на проблемні обставини. Медійний імідж проблеми створюється через демонстрацію типових історій, через обговорення „героїв” та „антигероїв” і формулювання змістовного рецепту вирішення соціальної проблеми.

Медійний імідж соціальної проблеми бездомності починається з назви. Власне абревіатура „бомж” – з російської – без определенного места жительства – міліцейська абревіатура - прижилася і в українському суспільстві. Саме цю абревіатуру зазвичай використовують у ЗМІ [6] на позначення тих, хто ристється у смітниках, збирає пляшки й макулатуру, п'є і вживає нецензурні слова, хто брудний і неохайно вдягнений, ночує в підземних переходах, на вокзалах і в під'їздах будинків. Найпоширеніші образи так званих “бомжів”, які побутують у друкованих медіа та у свідомості пересічних громадян, як правило, демонструються у двох варіаціях. У першій - це спроба представити бездомних як небезпечних декласованих елементів, алкоголіків, наркоманів чи злочинців, котрі становлять загрозу для суспільства. Прикладом такої позиції є статті в українських газетах, де йдеться

про “бомжів”, які “тырят мелочь” із фонтанів [7], або про брудних, смердючих і вічно п'яних волоцюг, які навіть даючи інтерв'ю журналістові “колупаються у кутніх зубах” [8], або про небезпечних розповсюджувачів інфекцій, з якими навіть “боїться общатися медперсонал” [9], або ж заявляють, що “не секрет, что многие из них [бездомних] со своей ролью свыклись” чи що 83% бомжів відмовляються від працевлаштування [10]. Формується висновок, що бездомні не хочуть працювати, що їм подобається бути на вулиці, що вони асоціальні типи і не заслуговують на допомогу. Як наслідок такого образу бездомного висновок, який цитує А.Рябчук: “Ніякі вони не бідні. То вони тільки прикидаються. Вони ж спеціально переодягаються під бомжів, і у них там своя мафія є, хто де має стояти, і головні, які відсотки збирають! І навіть смітники у них усі поділені” [11,38].

Образ бомжа може бути пом'якшений співчуттям і розумінням особистості історії кожного конкретного бездомного. Прописаний “героїчний образ” бездомного Петра, що відвідує поетичні вечори у Спілці Письменників і регулярно прибирає могилу письменниці Лесі Українки [12]. або розповідь про бездомну Ларису, яка, зазнавши насилля в сім'ї, потрапила до центру реабілітації бездомних жінок, пройшла консультації, і повернулася до “нормального життя” [13] індивідуалізує соціальну проблему і визнає її особистою бідною. Часто основною причиною бездомності вважається хвороба (алкоголізм, наркоманія, психічні вади), яка потребує лікування, в інших випадках - особисті психологічні проблеми або негаразди в сім'ї, які потребують індивідуальних консультацій. Отже, з одного боку - це звинувачення бездомних (“вони самі винні” або “їм подобається на вулиці”, вони зробили все для того, щоб опинитися на вулиці - пропили квартиру, не оформили вчасно приватну власність на житло, а тепер не роблять спроб, щоб викаркатися із суспільного дна), а з іншого - акцент на бездомності як “нещасному випадку”, який “може спіткати кожного” і потребує благодійної допомоги.

Соціальна проблема у демонстраційному медіа-іміджі представляється виключно зовнішніми ознаками, бездомні стигматизуються. У сприйнятті суспільства всі бездомні, не зважаючи на причини, з яких вони опинились на вулиці, об'єднуються в одну соціальну групу. У свідомості громадськості побутує міф про загрозу, що йде від бездомних. Жажіття бездомного життя сприймаються суспільством як норма. Людей зовсім не дивує смерть бездомного на вулиці від голоду або холоду, натомість подив викличе, якщо він, наприклад, прийме участь у голосуванні на виборах.

Нарешті на етапі, коли соціальна проблема попадає у сферу прийняття владних рішень щодо її вирішення, йдеться про *політичний імідж соціальної проблеми*, тобто таке розуміння і уявлення про соціальну проблему, яке буде демонструватися у різноманітних соціально-політичних проектах призначених для її вирішення. Творці політики мають пояснити і виправдати свої дії; тобто вони мають переконати інших, що політика, яка ними пропонується мудра і доцільна. Таке переконування з необхідністю включає риторику – зусилля із переконання інших, що нові політичні курси є найкращими для того, щоб вирішити проблему. Чому необхідна саме ця політика? Чому слід вирішувати проблему? Чому саме ця конкретна політика є доцільною у вирішенні цієї проблеми? В тій мірі, в якій полікотворення є публічним актом, творці політики потребують відповіді на ці запитання. Це завдання вимагає іншої реконструкції, ніж та, яка висвітлює різні аспекти обставин, що викликають стурбованість і пояснюють як і чому специфічний політичний курс буде вирішувати проблему.

Політолог Deborah A.Stone [14] довела, що полікотворення включає конструкції, які називають причинними історіями (casual stories). Врешті решт політичне рішення буде більш ефективним у вирішенні проблеми, якщо воно відображає розуміння того, що спричинило цю проблему. Причинні історії класифікують обставини, що викликають стурбованість за знайомими категоріями відповідно до природи цих причин. Як правило, різними політичними силами пропонуються різні соціально-політичні проекти для розв'язання проблеми. В ранг закону або концепція вирішення проблеми виводиться та версія, яка перемагає на політичній арені.

Зокрема, щодо проблеми бездомності соціально-політичні проекти вже вийшли у розряд державних концепцій і законів. Кабінетом Міністрів України схвалено Концепцію соціального захисту бездомних громадян, затверджено план заходів щодо реалізації Концепції соціального захисту бездомних громадян до 2012 року. Ініціювання прийняття подібної Концепції відноситься до 2003 року, коли було визнано цю соціальну проблему на державному рівні. Наслідком парламентських слухань з приводу цієї соціальної проблеми стало прийняття Верховною Радою України у 2005 році Закону України „Про основи соціального захисту бездомних громадян і безпритульних дітей”. У Концепції визначено проблему бездомності в основному через її наслідки: „Основним наслідком бездомності є порушення прав і свобод людини, що гарантовані Конституцією України, Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод, Міжнародним пактом про економічні, соціальні і культурні права та іншими міжнародними актами, до яких приєдналася Україна.

Таке явище як бездомність деформує соціальне середовище, створює соціальну напруженість в суспільстві, зумовлює ризик поширення асоціальної та кримінальної поведінки. Крім того, виключення бездомних громадян із суспільного життя призводить до недовикористання людського потенціалу в країні та уповільнення економічного зросту, розвитку тіньової економіки, корупції, збільшення числа хворих на різні суспільно-небезпечні хвороби.

Проблема полягає в тому, щоб не дозволяючи цьому явищу набути загрозливих форм, активізувати і прискорити утворення єдиної державної дієвої системи, яка буде здійснювати як превентивні заходи щодо бездомності, так і комплексні заходи спрямовані на надання підтримки та допомоги бездомним, їх реінтеграцію” [15]. В документі подається аналіз причин соціальної проблеми бездомності і запропоновано шляхи розв'язання проблеми. Але цей документ йде в руслі політики так званої „нульової толерантності” і може призвести до загострення відносин у суспільстві [16].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, поряд з традиційними об'єктивістськими підходами до аналізу соціальних проблем, у сучасній науковій літературі поступово утверджується конструкціоністський підхід, який, звичайно, ні в якому разі не слід вважати «чарівним» засобом вирішення всіх соціальних проблем. Конструкціоністський підхід до аналізу соціальних проблем зосереджується на процесі конструювання іміджу соціальної проблеми за допомогою комунікативних технологій. На нашу думку, саме конструкціоністський підхід ближче до реалістичної соціальної політики в сучасному її розумінні. Соціальні проблеми, як правило, не розглядаються просто самі по собі. Аналіз соціальних проблем реалізується в межах проведення соціальної політики. В перспективі передбачається дослідження комунікативних технологічних прийомів проблематизації та депроблематизації складних соціальних обставин в процесі побудови іміджу соціальної проблеми.

Література

1. Social Problems // International Encyclopedia of Social Sciences / David L. Sills. New York - London. 1972. V.14;
2. Ellwood, Ch. A. The Social Problem: a Reconstructive Analysis. Rev. Ed. New York, 1919; Frank L.K. Social Problems // American Journal of Sociology. 1925. 30: 462-473; 11 Fuller R., Myers R. The Natural History of Social Problem // American Sociology Review. 1941 b. 6: 320-328; Merril F.E. The study of Social Problems // American Sociology Review. 1948. 13: 251-259;
3. Fallic, A., Oberlander, P. (1987) Shelters or homes? A contribution to the search for solutions to homelessness in Canada: a progress report. // The Centre for Human Settlements, University of BC, Vancouver;

4. Доступно з: <http://zaxid.net/newsua/2008/12/25/113629/>;
5. Доступно з: http://www.ng.ru/scenario/2008-07-22/14_passport.html;
6. Доступно з : <http://val.ua/economic/region/195776-print.html>;
7. Газета по-киевски, 15.08.2006;
8. Газета по-українськи, 06.2006;
9. Сегодня, 18.02.2004;
10. Голос України 24.12.03;
11. Рябчук, А. (2005) Зайві люди: бездомні на вулицях Києва. К.: Четверта Хвиля – 100 с.;
12. Політика і культура, 6 -12.08.2002;
13. Україна Молода 23.03.2005;
14. Stone D.A.(1989) Casual stories and the formation of policy agendas. Political Science Quarterly 104: 281-300;
15. Доступно з:http://mlsp.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article;jsessionid=3F52D47820665BB629AC09641DE5DFFF?art_id=59387&cat_id=34950;
16. Рябчук А. Соціальне виключення у міському середовищі// „Соціальна політика і соціальна робота”, № 1, 2008.

Козьма В.В.

*кандидат політичних наук,
старший викладач кафедри політичних наук
НПУ імені М.П. Драгоманова*

ФОРМУВАННЯ ДЕМОКРАТИЧНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ

Всебічний аналіз різних аспектів та конкретних проявів демократії протягом тривалого часу об'єднує зусилля великої кількості вітчизняних та зарубіжних вчених. Здійснені ними дослідження привели до формування важливих висновків та концептуальних узагальнень, які дають можливість вияснити основні закономірності та особливості інституціоналізації демократії, усвідомити фактори, які обумовлюють характер інституційних змін, уточнити суть проблем, що постають перед країнами під час суспільних трансформацій, виявити шляхи та можливості їх найбільш ефективного вирішення, на кінець, оцінити реальні перспективи політичного розвитку в країнах, які переживають демократичні зміни.

Для пояснення суті демократизації політологами висуваються багаточисельні теорії, встановлюються різні фактори, які її викликають та сприяють, серед них, наприклад, високий рівень економічного зростання, соціальний плюралізм, сильний середній клас, традиції терпимості та компромісу і т.п. Пошук “так званої загальної для всіх, універсальної незалежної змінної, яка могла б відігравати визначальну роль при поясненні політичного розвитку різних країн, якщо і не тавтологічний, то майже напевне приречений на невдачу... Не існує єдиного фактору, який міг би слугувати достатнім поясненням розвитку демократії у всіх країнах” [1].

Перспективи модернізації та демократизації в значній мірі залежать від стану свідомості народу, від ступеню його готовності прийняти та реалізувати основні принципи ринку та політичної демократії. Інакше кажучи, необхідно, щоб кожний народ „дозрів” до відповідних форм та механізмів політичної самоорганізації. Цього можна досягти в результаті тривалого історичного досвіду.