

цели содеянного, личность виновного, характер нанесенного вреда и размер причиненного ущерба, обстоятельства, смягчающие и отягчающие ответственность, мнение потерпевшего по делам частного обвинения, мотивируя избранную меру наказания в приговоре».

На наш взгляд, при дифференциации назначения наказания законодатель должен обратить внимание на учет как мотивов и целей виновного, так и конкретных видов вины, поскольку последние являются наиболее важными характеристиками общественной опасности совершенного преступления.

Таким образом, считаем необходимым дополнить существующую формулировку принципа индивидуализации наказания, содержащуюся в ст. 62 УК, таким критерием как учет видов вины, наряду с мотивами и целями содеянного и другими указанными в настоящей статье факторами.

СПЕЦИФИКА ПОЛИТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОЙ БЕЛАРУСИ

А. Г. Портнов

Становление в Беларуси демократического порядка обусловило потребность в специальных политологических знаниях по организации предвыборных кампаний, политической рекламе, имиджмейкингу, конфликтному менеджменту и другим технологиям, используемым в сфере политики.

Рассматривая политический маркетинг в той или иной стране, непременно следует учитывать, что применение социоинженерных технологий во многом детерминировано национальной спецификой политического процесса. Национальный характер, как элемент «надсознательного» в психике человека, в значительной степени опосредует восприятие массами политических событий и политических деятелей. Об этой специфике применительно к Беларуси и пойдет речь ниже.

Мажоритарная избирательная система, закрепленная в Избирательном кодексе Беларуси, позволяет участвовать в выборах независимым (беспартийным) кандидатам, что немаловажно в связи с тем, что многопартийная система в нашей стране находится в стадии становления. С другой стороны, это дает потенциальную возможность оказаться у власти политикам-одиночкам, не имеющим значительных ресурсов, но обладающих харизмой.

В настоящее время только 1/5 часть белорусских избирателей готова к кардинальным реформам. Кроме вышеназванных 20 %, интерес представляет та часть белорусского электората, идейный и политический выбор которой еще не сложился.

По данным ряда общенациональных исследований, проведенных за последние годы, колеблющаяся группа белорусского электората, которая меняет свое отношение и политическое поведение в зависимости от ситуации, составляет до 50 % всего населения Беларуси. Это говорит с одной стороны о латентном кризисе массового сознания, с другой – о весьма благоприятной почве для применения манипулятивных технологий направленного воздействия на политический процесс Беларуси.

Возможности белорусских СМИ (в первую очередь телевидения) действительно влиять на политический процесс в Беларуси ограничены, так как более 70 % белорусов предпочитают получать информацию из выпусков новостей российских телеканалов. 80 % зарегистрированных в Беларуси СМИ являются негосударственными, однако они заполняют всего 20 % рынка по совокупному тиражу, что дает возможность государственным СМИ сохранять влияние на умы тех граждан, которые «не попали» в вышеназванные 70 %.

Формирование политических пристрастий белорусских избирателей, на мой взгляд, в первую очередь детерминировано такими факторами, как:

- сформированные прототипы политических лидеров у избирателей;
- личность политического лидера;
- идеологические предпочтения значительной части избирателей, перешедшие из советской эпохи;
- ясность программы политического лидера.

Таким образом, политический маркетинг играет достаточно весомую роль в политической системе современной Беларуси, но для действенного использования маркетинговых методов в политике, требуется более активные и действия субъектов политики в информационном поле.

Литература

1. *Цуладзе А. М.* Формирование имиджа политика в России. М.: Книжный дом «Университет», 1999.
2. *Манаев О.* Становление гражданского общества в независимой Беларуси: Социол. опыты, 1991–2000. Мн.: ФилСерв плюс, 2000.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Т. В. Прашко

Банковская система Республики Беларусь является молодой и активно развивающейся. Однако, к сожалению, нельзя сказать, что это развитие происходит беспроблемно.