

**Хатъко В. В.**

## **ПРОТИВОРЕЧИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ США**

*Хатъко Вадим Викторович, студент 1 курса Белорусского государственного университета, г. Минск, Республика Беларусь, shootkeeper@gmail.com*

*Научный руководитель: канд. полит. наук Михайловский Вадим Сергеевич*

Выборы президента Соединенных Штатов Америки являются главным событием политической жизни Америки. Изучение американской системы выборов является основанием для понимания политических процессов не только США, но и всего глобального порядка.

Изначально «отцы-основатели» (Джордж Вашингтон, Томас Джефферсон, Александр Гамильтон, Бенджамин Франклин), создавая избирательную систему США, хотели сделать ее наиболее простой и демократичной формой волеизъявления народа. Однако эта система не лишена недостатков, что выразилось в определенных спорах в американском обществе. Главным предметом критики стал принцип непрямых выборов как устаревший и не имеющий под собой действительного волеизъявления народа.

В американских президентских кампаниях существовали прецеденты, по которым придуманная «отцами-основателями» избирательная система давала сбой. Например, президентские выборы 1800 г., когда ни один из кандидатов не набрал необходимого количества голосов выборщиков, или президентские выборы 2000, 2016 гг., когда кандидаты, набравшие меньше народных голосов, чем их оппоненты, стали президентами. Ярким примером можно назвать и результаты «уотергейтского скандала», когда президентом США стал Дж. Форд.

Система выборов в США характеризуется определенной долей противоречивости. С одной стороны, она является устаревшей и не отражающей современного общественного видения выбора главы государства, но, с другой стороны, соблюдается принцип федерализма, который был гарантирован каждому штату со стороны федерального правительства.

**Юсупов П. В.**

## **СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА**

*Юсупов Павел Васильевич, студент 3 курса Белорусского государственного университета, г. Минск, Беларусь, politologdela@gmail.com*

*Научный руководитель: д-р полит. наук, доцент Антанович Нина Арсеньевна*

Говорить о формировании такого понятия, как социальная ответственность бизнеса можно с середины XX в. Первым сформулировал это понятие Г. Боуэн в работе 1953 г. «Социальная ответственность бизнесмена». Он видел социальную ответственность бизнеса в принятии

таких решений либо следовании такой линии поведения, которые были бы желательны с позиций целей и ценностей общества.

Европейская комиссия дает следующее определение социальной ответственности бизнеса: «Корпоративная социальная ответственность по своей сути является концепцией, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества и защите окружающей среды».

Однако к социальной ответственности бизнеса сложилось неоднозначное отношение. Противники (М. Фридмен, Т. Левитт) исходят из корпоративного эгоизма и утверждают, что социальная ответственность наносит прямой вред основной функции бизнеса – получению прибыли. Сторонники идей социальной ответственности бизнеса (К. Девис, Дж. МакГир, С. Сети, А. Кэрролл) рассматривают бизнес как один из субъектов общества, который должен нести ответственность.

Стоит разделять понятия внешней и внутренней (внутрикорпоративной) социальной ответственности бизнеса. Под *внутренней социальной ответственностью* бизнеса понимают меры компаний по поддержке своих работников (достойный уровень зарплат, дополнительное медицинское страхование, оплата повышения квалификации, поддержка работника в сложных ситуациях и др.).

Бизнес может преследовать самые разные цели: 1) повышение навыков сотрудников организаций; 2) улучшение имиджа компании; 3) рекламная деятельность; 4) привлечение инвестиций; 5) улучшение социального положения.

Можно выделить ряд этапов формирования концепции социальной ответственности бизнеса. Первый этап (нач. 1960-х – сер. 1970-х гг.) характеризовался практиками нецентрализованной прямой финансовой помощи учреждениям образования, культуры, спорта. Второй этап (сер. 1970 – нач. 1980-х гг.) характеризуется большей структурированностью политики ответственности, многие корпорации включают социальную ответственность в список направлений деятельности. Третий этап (нач. 1980-х гг. – наше время) характеризуется структурированием деятельности и появлением трех концепций социальной ответственности бизнеса: «заинтересованных сторон» (stake holders interests), «этики бизнеса» и «корпоративного гражданства».

Концепция *заинтересованных сторон* построена на многостороннем учете ожиданий всех участников общественных отношений, связанных с осуществлением деятельности компаний (по работам Р. Фримена). Концепция *этики бизнеса* основана на осознании бизнесом необходимости этического отношения к ведению дел (избегание коррупционной составляющей, отказ от преступных методов ведения бизнеса, осознание пределов прибылей). Концепция *корпоративного гражданства* основана на сравнении корпорации с гражданином и добровольном внесении бизнесом вклада в общество (от которого бизнес остается в выигрыше).

Инструментами реализации социальной ответственности бизнеса являются: 1) пожертвования, спонсорство; 2) денежные гранты; 3) создание корпоративных фондов; 4) социальные инвестиции; 5) социальный маркетинг и др.

Мотиватором бизнеса для принятия на себя социальной ответственности может служить также факт, что с повышением благосостояния общества растет спрос на товары, а как следствие, прибыль компаний.

**Ясинская Л. С.**

## **СОВЕТОЛОГИЯ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ: ГЕНЕЗИС И ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ**

*Ясинская Людмила Сергеевна, студентка 2 курса Белорусского  
государственного университета, г. Минск, Беларусь, [lyuda.100@mail.ru](mailto:lyuda.100@mail.ru)*

*Научный руководитель: канд. полит. наук Михайловский Вадим Сергеевич*

Потребность в развитии теории и методологии рассматривается политологическим сообществом как центральная проблема политической науки. Происходит постепенное возвращение научного интереса к актуальным исследованиям СССР. При всей широте русскоязычных подходов к исследованию Советского Союза эти подходы во многом сформированы под воздействием определенных ценностных ориентаций аналитиков советской и антисоветской интеллектуальных традиций. В результате многие аспекты функционирования советского общества и государства рассматриваются на основе одной из исследовательских позиций, что сужает эвристический потенциал политических исследований. Поэтому возрастает интерес к научному потенциалу западной советологии, которая является теоретическим источником, способным преодолеть аналитическую предвзятость в исследовании СССР.

Советология – это комплексное направление западных исследований истории и особенностей социально-политического и экономического функционирования советского общества и государства. Советология относится к сущностно оспариваемым категориям. Наряду с термином «советология» используются такие термины как «русоведение», «советоведение», «кремленология».

Предпосылки возникновения советологии связаны с опытом изучения России иностранными авторами. До XVIII–XIX вв. эти исследования носили фрагментарный характер. Конец XIX – первая половина XX в. ознаменованы постепенным возвращением интереса к России. Однако вплоть до середины XX в. эти исследования не носили системного характера. Исследователи, стремившиеся открыть для себя мир советской действительности, сталкивались с многочисленными проблемами, среди которых закрытый доступ к достоверным сведениям, мощная идеологическая пропаганда (как со стороны СССР, так и западных стран), острая нехватка финансирования.