

Молодежь Беларуси: возможности для самореализации

Данилович В.С.

Научный руководитель: Коновалова А.А.

Белорусский национальный технический университет

На 1 января 2018 г. в Беларуси проживает 1 млн. 921 тыс. молодых людей в возрасте от 14 до 30 лет (или 20% от общей численности населения). Это определяет значимость проводимой государственной молодежной политики, которая представляет систему социально-экономических, политических, организационных и правовых мер, направленных на поддержку молодых граждан Беларуси.

Законодательство о государственной молодежной политике основывается на Конституции Республики Беларусь и состоит из Закона «Об основах государственной молодежной политики в Республике Беларусь» и иных актов законодательства. Одним из приоритетов Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы и комплекса мер по ее реализации является развитие потенциала молодежи и ее активное вовлечение в создание экономики знаний.

В Республике Беларусь создана система социальной поддержки одаренной молодежи, которую учащиеся и студенты получают через специальный фонд Президента Республики Беларусь.

Знания и умения молодых граждан востребованы во всех отраслях народного хозяйства нашей страны. Беларусь – первая страна на постсоветском пространстве, в которой на государственном уровне студенческие отряды получили законодательную поддержку. В 2013 – 2017 годах в составе 14 901 студенческого отряда БРСМ различных профилей были трудоустроены 285,5 тыс. юношей и девушек. Безработным для организации собственного дела оказывается финансовая поддержка в виде субсидии. Реализуются мероприятия по формированию экономико-финансовой грамотности у учащейся молодежи.

Нынешняя молодежь – это так называемое «цифровое поколение», которое выросло в новых условиях доступности множества информационных источников, что позволяет молодым гражданам формировать персональный набор из тех ресурсов, которые вызывают доверие.

Подавляющее большинство молодежи (91,5%) получает информацию о событиях в нашей стране и мире из Интернета и только 43,5% – смотрит

новости по телевидению. Для молодых граждан IT-сектор является одним из наиболее привлекательных мест трудоустройства.

IT-компании – резиденты Парка высоких технологий поддерживают тесные связи с университетами, привлекая интересные их кадры еще во время учебы. Белорусским инновационным фондом финансируются лучшие проекты-победители республиканского этапа молодежного конкурса ОО «БРСМ» «100 идей для Беларуси», одна из номинаций которого – «Информационные технологии (IT-сфера). Подписанный Президентом Республики Беларусь А.Г.Лукашенко в декабре 2017 г. Декрет № 8 «О развитии цифровой экономики» предусматривает деbüroкратизацию IT-сферы, что предоставляет новые возможности для талантливой молодежи, небольших компаний и стартапов.

Обращаясь к молодому поколению нашей страны, Глава государства А.Г.Лукашенко 30 июня 2018 г. сказал: «Вы – дети современной, независимой Беларуси. И если к естественному стремлению достичь больших высот в своей карьере, улучшить свое материальное положение у вас добавится искреннее желание быть полезным своей Родине, то ее будущее – в надежных руках».

Молодежь наравне со взрослыми поколениями представлена в местных представительных органах власти. Среди избранных в феврале 2018 г. депутатов местных Советов депутатов двадцать восьмого созыва – 720 граждан в возрасте до 30 лет.

По информации Министерства юстиции, на 1 января 2018 г. в нашей стране зарегистрировано 2856 общественных объединений, из них 338 – молодежных (в том числе 27 – детских). Наиболее массовой среди молодежных организаций является ОО «Белорусский республиканский союз молодежи». На 1 августа 2018 г. БРСМ объединяет 20% юношей и девушек от общего количества молодежи, проживающей в нашей стране.

В нашей стране проводится системная работа по популяризации здорового и активного образа жизни. По данным Министерства спорта и туризма, в систематические занятия физической культурой и спортом вовлечено более 2,19 млн. чел. (или 23,1% населения). В Беларуси проводится ряд креативных спортивно-массовых мероприятий: легкоатлетический праздник «Минский РОЛО Марафон», республиканский фестиваль закаливания и зимнего плавания «Крещенские купания», пробеги «Забег настоящих мужчин» (23 февраля), «Забег красивых» (8 Марта), «Забег отважных» (9 Мая) и др. В рамках Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2016 – 2020 годы осуществляется развитие туризма. В нашей стране широко распространены различные виды туризма: культурно-познавательный,

оздоровительный, событийный, спортивный, охотничий, медицинский, промышленный, агроэкотуризм.

Литература

Закон Республики Беларусь «Об общих началах государственной молодежной политики в Республике Беларусь» // Народная газета, 22 мая 1992 г.

Закон Республики Беларусь «О здравоохранении» //Ведомости Верховного Совета Республики Беларусь. 1993. № 24. Ст. 290.

Закон Республики Беларусь «Об образовании в Республике Беларусь» от 29.10.1991 г. //Ведомости Верховного Совета Республики Беларусь. 1991. № 33. Ст. 598.

Закон Республики Беларусь «О радиационной безопасности» //Ведомости Национального собрания Республики Беларусь. 1998. № 5. Ст.25.

Закон Республики Беларусь «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений» //Ведомости Национального собрания Республики Беларусь. 1999. № 32. Ст. 457.

Указ Президента Республики Беларусь «Основные направления государственной семейной политики Республики Беларусь» от 21 января 1998 г. № 46 //Сборник указов Президента Республики Беларусь. 1998. № 3. Ст. 57.

УДК 324

Политический маркетинг в избирательном процессе

Игошина Екатерина

Научный руководитель: Коновалова А.А.

Белорусский национальный технический университет

Что такое маркетинг с точки зрения политики? Политический маркетинг — это широкий комплекс мероприятий направленных на создание благоприятного имиджа политических партий, политических лидеров, кандидатов в депутаты представительных органов власти и других властных структур в целях обеспечения их победы на выборах. Иначе говоря, политический маркетинг — это создание политической рекламной кампании, проводимой перед выборами и ориентирующейся на одного из кандидатов.

Политический маркетинг важная составляющая любого избирательного процесса. Ведь цель политического маркетинга — вызвать интерес у как