

Научный руководитель – П. В. Малашук, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ОСОБЕННОСТИ УЧАСТИЯ БЕЛОРУССКОЙ МОЛОДЕЖИ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ**

Молодежь является реально существующей политической силой, претендующей на субъективированное функционирование, институализированное взаимодействие с политической властью, легитимацию молодежных объединений и молодежной политики.

Среди социально-политических проблем, вызывающих интерес молодежной аудитории, лидируют проблемы социальной политики (45 %). На втором месте – борьба с недостатками (бюрократизмом, формализмом и т. д.) – 36 %. Менее популярными являются такие проблемы, как ответственность человека перед обществом (19,4 %), участие граждан в управлении государством (13,7 %), проблема инициативы и творчества (8,8 %) [2].

Ценностные ориентиры, жизненные установки характеризуют молодежь как особую социальную категорию, что подтверждают социологические исследования, проведенные Институтом социально-политических исследований. Приоритетное значение для современной молодежи имеют семья (73,2 %), дружеские отношения (55,6 %), сохранение и укрепление своего здоровья (41,5 %), карьера, деловой успех (39,6 %), личная свобода (38 %), самореализация (30,8 %) и хорошее образование (29,4 %) [1].

Глубокие социально-экономические и политические изменения, происходящие в обществе, серьезно отражаются и на политическом поведении молодого поколения. Во-первых, наблюдается общая активизация политического сознания молодежи, которая находит выражение в интенсивном обсуждении острых общественных вопросов и в критической проверке предлагаемых различными политическими силами ответов на эти вопросы. Во-вторых, стремление самим разобраться в действительном положении дел приводит к тому, что социальное мышление юношей и девушек, ориентированных ранее на решение личных потребительских проблем быта и будней, все больше начинает переплетаться с политическим мышлением, которое порождает новые потребности, интересы и ценности. В-третьих, повышение информированности о политических процессах непосредственно сказывается на образе мыслей и действия молодых людей: уменьшается их конформизм, переоцениваются традиционные схемы объяснения общественных противоречий, ведутся интенсивные поиски новых радикальных решений возникающих вопросов.

Самой известной белорусской молодежной организацией является Белорусский республиканский союз молодежи (БРСМ). О деятельности оппозиционного Молодого Фронта (МФ) знает 10,8 % респондентов, Белорусскую ассоциацию клубов ЮНЕСКО знают 4,4 % опрошенных и 3 % – Молодую Грамаду. Все другие организации, которые были упомянуты респондентами, набрали меньше 3 % [2].

Всего в Беларуси ныне существует около 160 молодежных организаций и объединений, работающих по различным направлениям. В последнее время очень активно идет рост региональных структур молодежных объединений. И если республиканские организации имеют больше возможностей заявить о своей деятельности в СМИ, например, то в регионах молодые люди порой даже не догадываются, что рядом с ними в их провинциальном городе успешно работает несколько молодежных организаций и инициатив.

Несмотря на это, определенный процент белорусской молодежи все-таки интересуется деятельностью политических партий и общественных движений. Таким образом, политические лозунги не пользуются популярностью среди белорусской молодежи. И, как следствие, большинство молодых людей не связывают свое будущее с социально-политической деятельностью.

#### Список литературы

1. *Пролесковский, О. В.* Белорусский выбор. Динамика в интересах народа / О. В. Пролесковский [ и др.]. – Минск: ИСПИ, 2006. – С. 168–193.
2. *Сапего, Е.* Политическая культура современной молодежи / Е. Сапего // Комсомольская правда [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <http://www.kp.by/daily/25641.5/805939/>. – Дата доступа: 02.03.2013.

*А. Д. Паращенко*

Научный руководитель – кандидат педагогических наук, доцент  
Л. П. Павлова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

## **ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ НЕРАСКРЫТОЙ ИНФОРМАЦИИ (КОММЕРЧЕСКОЙ ТАЙНЫ)**

Коммерческая информация представляет собой сведения о сложившейся ситуации на рынке различных товаров и услуг. К коммерческой тайне могут быть отнесены самые разнообразные сведения, связанные с производством, технологией, управлением, финансами и другими вопросами деятельности предприятия.

Из данного определения вытекают следующие обязательные признаки коммерческой тайны.

- информация должна иметь действительную или потенциальную коммерческую ценность для окружающих;
- к информации, составляющей коммерческую тайну, не должно быть свободного доступа на законном основании;
- обладатель информации должен принимать меры к охране ее конфиденциальности.

Возникает вопрос: вся ли эта информация подлежит защите или только отдельные ее группы? Если же для защиты выделяется только определенная группа информации, то по каким критериям (свойствам)? Отвечая на поставленные вопросы, следует подчеркнуть: защите подлежит не вся информация, а только та, которая представляет ценность для предпринимателя. При определении ценности коммерческой информации необходимо руко-