ностным явлением. К тому же идеология логична, эмпирически подкреплена. Логичность стала присутствовать в идеологии по причине формирования определенных потребностей электората. Предоставляя эти блага, партия или лидер подкрепляют или обретают поддержку электоральной базы. Эмпиричность в идеологии является сравнительным образом в сознании человека. Идеологии имеют разную направленность, которая, отвечая опыту человека, может ему соответствовать как в логическом и эмпирическом, так и в ценностном плане.

Ценностно окрашенную и воспринимаемую идеологию когнитивность трансформирует и упорядочивает. Поскольку в когнитивной науке есть понятия принципов и алгоритмов действия на основе восприятия, эти категории могут быть связаны с осознанием идеологии и ее ценностной составляющей. Эта связь проявляется в политическом и электоральном поведении. Связь подобного характера возможна при логичном стремлении индивида вступать в социальные отношения, действовать на основе своих ценностных установок, проявлять политическую активность. Таким образом, на основе ценностной ретрансляции идеологии человека через когнитивное поведение возникает политическое участие и его прямые проявления — голосование, собрания.

Когнитивное и идеологическое мышление крепко связаны в сознании человека. Ценностно-семантическая площадка этих понятий может дать объяснение принципам восприятия и отражения национальной идеи сначала на уровне ментальном, затем — на поведенческом, потому как национальная идея — это идеологический и поведенческий концепт. Национальная идея также связана с электоральным поведением. Между ними существует следующая связь: национальная идея воспринимается человеком ⇒ когнитивность анализирует эту идею, происходит сопоставление концепта национальной идеи с политическими ценностями субъекта и его логическое осмысление ⇒ при совпадении в сознании выстраивается когнитивный алгоритм действия, который может выразиться в электоральном поведении.

В.В. Лукашевич
БГЭУ (Минск)

ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИЧНОСТИ БЕЛОРУСОВ

В настоящее время в нашей стране довольно остро встал вопрос о национальной идентичности белорусов, ее содержании и организации ее воспроизводства, ведь только субъект, четко представляющий, кто он, стоящий на твердой культурно-исторической основе, способен вступать в полноценную и равноправную коммуникацию с другими, вести диалог, приходить к компромиссам и совместным решениям.

Современные словари дают четкое определение следующим понятиям:

ИДЕНТИЧНОСТЬ (от лат. *identicus* — тот же, одинаковый): 1. Свойство индивида оставаться самим собой в изменяющихся социальных ситуациях. 2. Результат осознания индивидом самого себя в качестве человеческой личности, отличающейся от других.

НАЦИЯ (от лат. *natio* — племя, народ) — историческая общность людей, складывающаяся в процессе формирования общности их территории, экономических связей, языка, этнических особенностей культуры и характера. В современной литературе ряд ученых связывают нацию с определенным народом и включают в число ее сущностных принципов общность самосознания и социальной структуры; другие предлагают рассматривать нацию как общность по принадлежности к определенному государству.

ЭТНОС (от греч. *ethnos* — народ) — исторически сложившаяся общность людей с общей культурой, языком и самосознанием. Термин близок к понятию «народ» в этнографическом смысле.

В ходе истории Беларусь так и не смогла выделить себя: люди всегда боролись за свое самосознание (восстание 1830—1831 гг.; восстания под руководством К. Калиновского 1863—1864 гг.; творчество Ф. Богушевича; книга Е. Карского «Белорусы»).

Во времена I мировой и II мировой войн Беларусь являлась основным полем сражений, что так же существенно повлияло на замедление развития самосознания.

При существовании СССР все страны были как одно целое и Беларусь являлась одним из советских государств, а не самостоятельной единицей.

Последние несколько столетий белорусы жили в контексте чужих культур: польской, российской, советской. Так в силу исторических причин белорусская национальная идентичность начала формироваться лишь в конце 1980-х — начале 1990-х гг. Объективный процесс глобализации на фоне объединения европейских стран в сообщество не может в обозримом будущем привести к обратному процессу — отмиранию национальной идентичности.

В общем все, как в начале прошлого века, когда известный белорусский поэт Янка Купала описал в поэме «Тутэйшыя», белорусы потерялись между Западом и Востоком.

Исходя из вышесказанного, можно выделить следующие проблемы современного белорусского населения:

1. Белорусы в массе своей не используют своего языка.

2. Белорусы забыли свою историю (по крайней мере, ее довоенный период).

3. Белорусы не уважают свою культуру.

Также имеются существенные различия и по сравнению с трансформацией социокультурной идентичности украинцев и россиян.

В среде современной белорусской молодежи вряд ли кто-то может с уверенностью сказать, что его будущее абсолютно определено, что статус, к которому он стремится, будет таким же привлекательным и значимым всегда, до конца его жизни, что, достигнув его, индивид получит надежное пристанище и что, вступив на путь его достижения, он получит ожидаемый результат. Таким образом, белорусская молодежь пребывает в состоянии неопределенности, но именно эта неопределенность может послужить определенным толчком к всевозможным попыткам развивать свою культуру и вывести ее на действительно значимый уровень в нашей стране.

Один из ведущих специалистов Беларуси по молодежным проблемам, доктор социологических наук, Евгений Бабосов писал: «В условиях глубинной социальной трансформации, переживаемой современным белорусским обществом, возрастающее значение в определении основного вектора его дальнейшего развития приобретает молодежь. Своеобразная роль молодежи в реализации возможных вариантов социально-экономического, политического и духовно-культурного развития страны обусловлена как возрастными особенностями (нацеленность в будущее, радикализм, максимализм, бескомпромиссность в следовании идеалам и ценностям и др.), так и ее современным социальным статусом, т.е. реальным положением в социальной структуре общества, в пользовании благами цивилизации и культуры».

Секция 17

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ

М.В. Герасимова
БГЭУ (Минск)

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ «БЕЛАРУСЬ»)

В гостиничной сфере используются следующие PR-технологии:
1) распространение информации в гостинице;
2) работа со СМИ;
3) организация связей с целевыми аудиториями, убеждение клиента;
4) PR-акции.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
Belarus State Economic University. Library.
http://www.bseu.by