

2) отсутствие контроля в Интернете используется для лоббирования или незаконного проведения предвыборной кампании, распространения экстремистских идей, рассредоточения общественных групп, что затрудняет достижение политических компромиссов. Этические правила в Интернете могут не соблюдаться, и это становится серьезной проблемой;

3) формирование негативного настроения населения по отношению к существующей системе с помощью неформальных источников информации.

Таким образом, информационное общество оказывает как положительное, так и отрицательное воздействие на процесс формирования политических предпочтений населения.

И. Пьяных

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ (на примере президентских кампаний в США)

Независимо от целей вступления в президентскую гонку для их достижения каждому из ее участников приходится прибегать к использованию ряда *избирательных технологий* – совокупности унифицированных последовательностей действий, методов и процедур, которые применяются политическими субъектами в ходе электоральных кампаний. При этом, несмотря на «растиражированность» этих технологий, инструменты, посредством которых они применяются на практике, могут значительно повлиять на результаты их использования. Для США одним из наиболее значимых и востребованных инструментов по-прежнему остается телевидение, элементы включения которого в кампании просматриваются на всех этапах их проведения. Таким образом, хронологически можно разделить и используемые на каждом из этапов технологии: на те, что применяются для начала гонки, ее кульминации и завершения.

Основной задачей для политика и его команды в начале президентской гонки является повышение узнаваемости как самого кандидата, так и его программы. Поэтому для этого этапа как нельзя лучше подходит телевизионная политическая реклама – небольшие ролики, включенные в эфир, дающие кандидатам возможность донести свой «месседж» до всех групп избирателей.

Для кульминации избирательной кампании характерно желание претендентов на президентское кресло продемонстрировать превосходство над своими политическими конкурентами. В связи с этим на данном этапе они часто прибегают к созданию информационных поводов для теленовостей. В США политикам приходится самостоятельно привлекать внимание журналистов и постоянно подогревать его, так как в противном случае акции и события, проводимые в их поддержку, могут попросту не получить должного освещения, что негативно отразится на позициях кандидатов в президентской гонке.

В завершение кампании главным становится максимально мобилизовать своих сторонников к участию в голосовании. В этот период участники гонки активно стараются увеличить свое появление на телевидении, выступая

в качестве приглашенных гостей на различного рода телешоу, в том числе, юмористических. Еще одно важное событие завершающего этапа – американские теледебаты, за ходом которых следит буквально весь мир.

Переход от типографии к телевидению, случившийся во второй половине XX века, наложил свой отпечаток на предвыборные кампании. Он позволил кандидатам «войти» в дом к своему избирателю в благоприятном для самих политиков свете. Одновременно с этим электорат получил возможность почувствовать себя ближе к политикам, а значит, осознать значимость своего вклада в политическую жизнь страны.

Ю. Роговцова

ВНЕШНЯЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ГЕРМАНИИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Дипломатические отношения между Беларусью и Германией были установлены 13 марта 1992 г. В 1997 г. Совет Европы ограничил политические отношения с нашей страной, но культурные связи продолжали динамично развиваться. Национальным законом «Об утверждении Основных направлений внутренней и внешней политики Республики Беларусь» от 14 ноября 2005 г. определены базовые векторы в области внешней политики, а также культуры. основополагающим документом в указанной сфере между рассматриваемыми странами является двустороннее Соглашение от 3 марта 1994 года. В нем отсутствуют идеологические препятствия для развития гуманитарных связей, делается упор на общечеловеческие ценности и предусматривается возможность более тесной интеграции в мировое сообщество, осознания собственной национальной самобытности и неповторимости, моральной и материальной поддержки развития культуры.

Основные пути сотрудничества в данном направлении: искусство, кинематограф, телевидение, радио, литература, язык и культура, история, наука, образование, включая профессиональную подготовку; обмен учеными, преподавателями, студентами, а также выплата стипендий, повышение квалификации и проведение научных исследований, налаживание отношений между общественными группами и объединениями, мероприятия по сохранению языка, культуры и национальных традиций на территории другой страны, спортивные мероприятия, возвращение культурных ценностей, которые были вывезены незаконно или находятся на территории другой страны.

Важным элементом общественных связей двух народов можно считать развитие культур этнических групп немцев в Беларуси и белорусов в Германии. Для сохранения и развития культуры немцев Беларуси, изучению их истории и налаживанию контактов с Германией были созданы многие общественные организации.

Следует, однако, отметить, что из-за языковых барьеров, различия социально-экономических систем, материального уровня граждан, культурных традиций и недостаточного финансирования со стороны государства процесс взаимодействия в данной сфере между странами развивается не так быстро.