

фундаментальными потребительскими запросами и нуждами, а не пытаться привести эти фундаментальные потребности в соответствие с особенностями своих товаров. Психолог в этом случае в большей степени занимается диагностикой и оценкой, чем манипулированием. Обе тенденции реально существуют сейчас в психологической науке о рекламе. Это происходит еще и потому, что эксперименты всегда давали позитивные знания о психических процессах человека, воспринимающего рекламу, и, следовательно, могли быть сразу же использованы на практике, независимо от их теоретической интерпретации. Ведь результаты любого эксперимента в этой сфере можно интерпретировать и с позиции манипулирования человеческой волей, и с позиции изучения и использования потребностей и возможностей человека.

УДК 32.001(075.8)

**ГАРАЕВ Д. М.**, студент

Научный руководитель **КОТОВА С.Н.**, старший преподаватель УО «Витебская ордена «Знак Почёта» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

**ЛИДЕРСТВО В ИСТОРИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МЫСЛИ**

Проблема лидерства очень давно интересовала людей. Еще в древней мифологии и традиции вожди часто наделялись сверхъестественными качествами. Египет, Сиам – обожествление владык, Китай – «сила дэ». Историки античности в центр своего повествования помещали лидеров – царей и полководцев (Геродот, Плутарх, Тит Ливий, Светоний). Этот же взгляд на историю развивали и средневековые европейские богословы, обосновывавшие власть государя Божьей волей (Фома Аквинский). Из мыслителей Возрождения взгляды на роль личности в истории наиболее интересны у Макиавелли, который считает, что правитель должен изучать и использовать вкусы и склонности подданных. Французские просветители XVIII в. считали, что интересы народа попораны тиранами, узурпировавшими власть, но творцы прогресса – мудрые законодатели, мыслители, просвещенные монархи. Гегель высказывался по этому поводу так, что хотя на первый взгляд кажется, что исторические события являются результатом творчества великих людей, на самом деле последние просто выражают потребности общественного развития. Индивидуалистическую концепцию культа героев в XIX в. развивал английский историк Томас Карлейль (1795–1881гг.). Великие лидеры, по его мнению, – это вожди тупоумной толпы, а истинная суть всех социальных процессов заключается в том, чтобы возвести на трон самого способного человека. Близкие идеи развивал американский философ Ральф Уолдо Эмерсон (1803–1882 гг.): историю творят избранные лидеры, а целый народ – лишь фон для лидера. Ницше (1844–1900гг.) провозглашал первоосновой мирового процесса волю

к власти и утверждал, что стремление к власти – естественное состояние человека, смысл и состояние истории. Помехой этому естественному стремлению является мораль, которую он называет оружием слабых. Большое влияние на современные теории лидерства оказала концепция подражания французского психолога Габриэля Тарда (1843–1904гг.), утверждавшего, что все достижения цивилизации – результат деятельности выдающихся личностей. Великий лидер – это высший источник социального развития. Зигмунд Фрейд (1856–1939гг.) считал, что исторический процесс развивается под определяющим влиянием великих лидеров. З. Фрейд утверждает, что массы нуждаются в авторитете лидера, как дети нуждаются в авторитете отца.

Таким образом, исследование лидерства – одна из важнейших проблем в политологии, рассматривающая его как важнейший механизм регулирования отношений субъектов политики.

УДК 336.7

**ГОЛИК Г.С.**, студентка

Научный руководитель: **ТАРАСЕВИЧ С.Б.**, канд. эк. н., доцент  
УО «Витебская государственная академия ветеринарной медицины»  
г. Витебск, Республика Беларусь

## **ИНФЛЯЦИЯ КАК МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ**

Современная инфляция - сложное социально-экономическое явление, т.к. она порождается и внутренними факторами (напр., дефицитом госбюджета, если он покрывается эмиссией, а также кредитной экспансией и политикой "дешевых денег"), и внешними (например, рост мировых цен на импортируемое в страну сырье сказывается на издержках производства предприятий). Инфляционные процессы наблюдаются практически во всех странах вне зависимости от степени развитости рыночной экономики.

Республика Беларусь столкнулась с гиперинфляцией в 1993-94 гг., когда цены увеличивались примерно вдвое каждые 2 месяца. В дальнейшем инфляционные процессы удалось несколько погасить. Но 2011 год снова охарактеризовался неконтролируемым ростом цен, что свидетельствовало о накопившихся макроэкономических диспропорциях.

Для количественной оценки показателя инфляции служит индекс цен. Это процентное соотношение суммы цен товаров настоящего времени к сумме цен тех же товаров базисного периода. Расчет ведется на основании выборочного обследования домашних хозяйств, в результате чего составляется потребительская корзина, в которую входят наиболее часто используемые населением товары и услуги. В разных странах количество товаров в потребительской корзине разное, в Беларуси 425. Для обследования используется 31 населенный пункт, в которых проживает 50%