

+Рівненський державний гуманітарний університет
Історико-соціологічний факультет
Кафедра політичних наук

УДК 32
ББК 66
А 43

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ПОЛІТИКИ. Матеріали ІІІ міжвузівської науково-практичної конференції молодих політологів. 11 листопада 2011 р. – Рівне: РДГУ, 2012. – 167 с.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ПОЛІТИКИ

**МАТЕРІАЛИ
ІІІ МІЖВУЗІВСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ МОЛОДИХ ПОЛІТОЛОГІВ**

11 листопада 2011 р.

Ухвалено до друку рішенням кафедри політичних наук РДГУ.
Протокол № 10 від 30 листопада 2011 р.

© Рівненський державний гуманітарний університет, 2011

Рівне–2012

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ПОЛІТИЧНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ: ІСТОРІЯ ТА СЬОГОДЕННЯ		
<i>Кобута Степан</i>	Загрози державній незалежності України: фобії українських патріотів	7
<i>Наумов Андрій</i>	Технології легітимізаційної політики правлячого режиму в сучасній Україні	9
<i>Івчик Наталія</i>	Відображення моделей етнополітичної поведінки в графіті (на прикладі м. Рівне)	10
<i>Сакрієр Оксана</i>	Проблеми конструювання політичного бренду в Україні	12
<i>Максимець Богдан</i>	Електоральна діяльність українських національно-демократичних партій у ході президентських виборів 2004 р.	14
<i>Мельник Віра</i>	Пропаганда ідеї державотворення на сторінках західноукраїнської преси на прикладі Рівненської та Волинської областей	15
<i>Найдич Марина</i>	Інституціоналізація молодіжної політики України	18
<i>Андрощук Ігор</i>	Взаємодія Президента та Верховної Ради України: теорія і практика	19
<i>Білецький Юрій</i>	„Середній клас" в Україні: проблема детермінації	20
<i>Мазур Ярослав</i>	Імідж сучасної України: стан і проблеми формування	22
<i>Легновська Лілія</i>	Адаптація виборчої системи України до європейських стандартів	23
<i>Сирота Дмитро</i>	Жіноче політичне лідерство в Україні	24
<i>Белова Анастасія</i>	Еволюція виборчих технологій в Україні	26
<i>Овдійчук Ірина</i>	Фактори формування електоральної поведінки в Україні	28
<i>Луцук Марія</i>	Вплив ідей Д. Донцова і М. Міхновського на програми сучасних вітчизняних політичних партій	30
<i>Міщук Віктор</i>	Народний рух України: проблеми становлення	31
<i>Градовий Павло</i>	Проблема колабораціонізму в СРСР у роки Великої Вітчизняної війни	33
<i>Брень Тетяна</i>	Регіональні ЗМІ як складова політичних виборчих технологій (на прикладі Рівненської області)	34
<i>Ричко Вікторія</i>	Українські ЗМІ як суб'єкт формування громадської думки	36
<i>Лапчик Поліна</i>	Політична культура сучасної української молоді	37
<i>Корольчук Оксана</i>	Псевдоменеджмент в політиці: теорія і практика в Україні	39
<i>Міщук Ольга</i>	Політична культура української молоді в контексті демократизації після „Помаранчевої" революції	41

**СЕКЦІЯ 2.
СВІТОВИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ПРОЦЕС:
МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ І ВНУТРІШНЯ
ПОЛІТИКА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

<i>Патлашинська Ірина</i>	Поняття легітимності миротворчої операції	43
<i>Генега Ірина</i>	Співпраця Російської Федерації з міжнародними організаціями (1990-ті роки): проблеми та перспективи	45
<i>Бойківський Любомир</i>	Особливості реалізації масштабних енергетичних проєктів в контексті діалогу Росія – ЄС	47
<i>Гайдукевич Анастасія</i>	Міждержавні відносини в трикутнику Росія–Польща–Україна: проблемне поле досліджень	48
<i>Руда Леся</i>	"Цивілізація" та "культура": історична спорідненість понять	50
<i>Притуляк Світлана</i>	Програмові засади діяльності Соціалістичного інтернаціоналу для подолання глобальних проблем в екології	51
<i>Венгрюк Лідія</i>	Явище етнізації політики як феномен політичного процесу	53
<i>Троян Віктор</i>	Європейська ідентичність у контексті сучасних пан'європейських ідей	55
<i>Романчук Тетяна</i>	Культура інтераціоналізму в політичній державі: груповий та індивідуальний рівні	57
<i>Криворучко Наталія</i>	Координація співпраці України з ЄС: виклики і перспективи	58
<i>Федорак Світлана</i>	Етнонаціональні конфлікти як чинник дестабілізації системи міжнародної безпеки	60
<i>Петрович Інна</i>	Участь Польщі в миротворчих операціях Європейського Союзу	62
<i>Довганюк Мар'яна</i>	Теоретико-методологічні засади аналізу сучасного авторитаризму (на прикладі Білорусії та Казахстану)	63
<i>Малиновська Наталія</i>	Виборчі права мусульман у західноєвропейських державах	65
<i>Бараболя Тарас</i>	Харизматичний політичний імідж Муамара Каддафі	67
<i>Курилюк Галина</i>	Регіональна політика ЄС: інформаційна складова	69
<i>Творовський Віктор</i>	Україна в контексті сучасних геополітичних реалій	70
<i>Чугай Оксана</i>	Актуальні проблеми міжнародного ринку інформаційних послуг	72
<i>Борецька Ангеліна</i>	До питання про визначення глобального інформаційного простору	74
<i>Нагорняк Іван</i>	Глобальні комунікаційні мережі та їх вплив на політичні процеси в Україні	76
<i>Гривіцький Вадим</i>	Стан та перспективи реформування сектору безпеки і оборони України у нових політичних реаліях	77

<i>Антикало Назар</i>	Особливості політичних систем країн Латинської Америки	79
<i>Климчук Тетяна</i>	Особливе партнерство НАТО з Україною	81
<i>Ліннік Юрій</i>	Причини тероризму в сучасній Росії	82
<i>Бондарук Ганна</i>	Тероризм у Північній Ірландії як метод політичної боротьби	84
<i>Логвинюк Мар'яна</i>	Соціально-політична доктрина католицизму	86
<i>Гольберт Юлія</i>	Еволюція європейської соціал-демократичної ідеології у післявоєнний період	88
<i>Дзерун Сергій</i>	Глобалізація та релігія: сучасні погляди на розвиток цивілізації	90
<i>Костюк Тетяна</i>	Радянсько-німецький пакт про ненапад	92
<i>Левчук Ірина</i>	Модернізація Росії як побудова нової держави	93
<i>Леончик Світлана</i>	Модернізація Росії: ретроспективний погляд	95
<i>Кузьмицька Ольга</i>	Європейський суд з прав людини: динаміка звернень українських громадян	97
<i>Поліщук Ірина</i>	Теорія справедливої війни	99
<i>Федорчук Сергій</i>	Українські контингенти в миротворчих операціях ООН	100
СЕКЦІЯ 3.		
Проблеми і перспективи політичної модернізації в Україні		
<i>Валух Людмила</i>	Влада як основа життєдіяльності соціуму	102
<i>Хаврук Ігор</i>	Референдум як демократичний інститут	103
<i>Кобута Лариса</i>	Парадокси української багатопартійності: партії-невидимки	105
<i>Березовська-Чміль Олена</i>	Стратегічні напрями формування державної соціальної політики	107
<i>Мельник Роман</i>	Кадрова політика на початку 1990-х років в Росії в контексті становлення інституту президентства	109
<i>Мислюк Юлія</i>	Синергетично-ціннісні основи іміджу політичного лідера	111
<i>Тижбіряк Дар'я Гаврилюк Світлана</i>	Місце політичної реклами у процесі маніпулювання	112
<i>Мельник Ірина</i>	Особливості змішаної виборчої системи України та об'єднаної Німеччини	114
<i>Жуковська Аліса</i>	Громадянське суспільство як фактор функціонування інституту парламентаризму	116
<i>Петренко Марія</i>	Політичні партії в умовах сучасної виборчої системи України	118
<i>Українець Віктор</i>	Етапи поширення ісламського екстремізму в Україні	119
<i>Шарлай Віталій</i>	Специфіка розвитку інститутів громадянського суспільства в регіоні Центрально-Східної Європи	121
<i>Шкуро Антон</i>	Теоретичні аспекти політичних рішень	122

<i>Абрамчук Наталія Тодоріко Аліна</i>	Інституційно-правові аспекти регіональної політики Івано-Франківської області	124
<i>Кравчук Інна</i>	Сутність політичної довіри у трансформаційних процесах	126
<i>Кузьменко Віталій Сірецький Іван</i>	Екологічна безпека як складова національної безпеки	127
<i>Паляниця Альона Бендюк Олеся</i>	Інформаційна безпека як складова національної безпеки держави	129
<i>Пікула Микола</i>	Політична система Франції	132
<i>Наумчук Артур</i>	Підходи до визначення сутності політики	134
<i>Архипенко Аліна</i>	Вплив ЗМІ на формування політичного вибору громадян	135
<i>Хомич Петро</i>	Закон України „Про доступ до публічної інформації”: презентація влади в Інтернеті	137
<i>Майко Тетяна Байрак Сергій</i>	Ефективність органів місцевого самоврядування в Україні (на прикладі м. Острог)	139
<i>Мадерук Христина Кондратюк Марія</i>	Політико-правовий статус Кабінету Міністрів України в системі поділу влади: порівняльний аналіз за редакціями Конституції України 1996 і 2004 рр.	141
<i>Сверба Людмила Макарук Надія Ралець Андрій</i>	Переваги та недоліки змішаної виборчої системи на виборах до органів місцевого самоврядування в Україні	142
<i>Сремейчук Іванна</i>	Взаємодія органів місцевого самоврядування з місцевими представництвами виконавчої влади в Польській республіці	144
<i>Шимко Ольга Клімчук Тетяна</i>	Теоретико-методологічний аналіз дослідження політичної соціалізації	146
<i>Горбатюк Катерина Кондратюк Марія</i>	Проблема державного регулювання церковно-суспільних відносин	148
<i>Кирильчук Микола Шандалюк Тетяна</i>	Військова доктрина України	150
<i>Горбатюк Катерина Кондратюк Марія</i>	Особливості сучасної політичної реклами	151
<i>Кирильчук Микола Шандалюк Тетяна</i>	Досвід Польщі у розбудові демократичної системи місцевого самоврядування в Україні	152
<i>Шимко Ольга Клімчук Тетяна</i>	Права жінок та юридичні гарантії їх захисту в Україні	154
<i>Горбатюк Катерина Кондратюк Марія</i>	Електронне врядування в Україні	155
<i>Кирильчук Микола Шандалюк Тетяна</i>	Парламентаризм як об'єкт електоральних комунікацій	157
<i>Горбатюк Катерина Кондратюк Марія</i>	Діяльність органів внутрішніх справ у реалізації державної етнополітичної політики	159
<i>Кирильчук Микола Шандалюк Тетяна</i>	Політика в морально-етичному вимірі	161
<i>Кирильчук Микола Шандалюк Тетяна</i>	Закон про вибори – 2012 в Україні: три суперечливі новації.	163
<i>Кирильчук Микола Шандалюк Тетяна</i>	Трансформації інституту президентства на пострадянському просторі: український та білоруський варіанти	165

ТЕХНОЛОГІЇ ЛЕГІТИМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПРАВЛЯЧОГО РЕЖИМУ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

Легітимацийна політика як соціальна практика орієнтована на впорядкування легітимацийних процесів у суспільстві. Словосполучення „легітимацийна політика” зустрічаємо вперше 1998 року у А. Хейдруна. Під такою політикою вчений розуміє управління конституціоналізацією або, краще сказати, вироблення адекватної, прийнятної моделі системи політичного управління.

Поняття „легітимацийна політика” безпосередньо пов'язане з такими термінами, як „легітимация” і „політика”, і є їх термінологічним синтезом. Щоб з'ясувати, яку специфічну частину реальності позначає „легітимацийна політика”, треба спочатку з'ясувати зміст її складових.

Термін „легітимация” пов'язаний зі словами „легітимний”, „легітимність”. Він широко використовується в сучасному науковому та практичному політичному дискурсі. Одними з перших, хто дав чітке тлумачення легітимациї, були П. Бергер і Т. Лукман. Вони довели важливість і необхідність легітимациї для будь-якої соціальної діяльності, соціальних відносин, суспільства в цілому та, відповідно, політичної практики як складової суспільної взаємодії. Легітимация в їх розумінні є способом пояснення і виправдання суспільних і політичних інститутів, їх когнітивною та нормативною інтерпретацією. Будучи своєрідним регулятором суспільних відносин, легітимация як пояснення й оцінювання соціально-політичної реальності є основою здійснення ефективних перетворень політичними силами і стабільності в суспільстві.

Отже, легітимация своїм результатом повинна мати смисловий порядок, який інтегрує соціальні відносини у певній групі або в суспільстві в цілому. Для свого існування будь-які соціальні смислові системи мають підтримуватись певною спільнотою, групою, котра відає легітимациєю.

Якщо поняття легітимациї означає процес пояснення та виправдання суспільної практики, способи інтерпретації окремих її складових, то легітимацийна політика вказує на проблему управління легітимациєю.

Важливо, що для переважної більшості вчених характерний аксіологічний (ціннісний) підхід до легітимациї. Для Ю. Габермаса, наприклад, легітимність – це чеснота політичного порядку бути визнаним законним і справедливим, тоді як легітимация – це досконале аргументування. Ю. Кравченко і В. Чечель визначають легітимацию як процес досягнення легітимності, під якою розуміють „певний стан психіки індивіда в чітко визначений термін, що виражає рівень задоволеності функціонуванням соціальних інституцій щодо створення умов і гарантій можливості задоволення його базових потреб.

Легітимация є процесом досягнення соціальної значимості (реальної влади або впливу) різними суб'єктами (від індивіда до держав, міжнародних, транснаціональних організацій, міждержавних об'єднань) для успішного здійснення певної практики, яка, по-перше, зачіпає інтереси як окремих осіб, суспільних груп, етносів, народів, організацій, так і людства в цілому; по-друге, стосується збереження або зміни певного соціального порядку (системи соціальних відносин) на будь-якому рівні, у будь-якому відношенні або в цілому; по-третє, відбувається при наявності кількох альтернатив, конкуренції, конфлікту.

Найбільшу потребу в легітимациї має державна політика правлячої еліти, оскільки вона зачіпає найважливіші інтереси широкого спектра соціальних груп, втягує в процес свого здійснення великі маси людей, значний обсяг засобів і ресурсів, визначає будову та взаємодію соціальних спільнот, виступає важливим фактором соціальних перетворень. Сам же процес легітимациї правлячого режиму, його результативність залежить не лише від характеру і змісту політики, а й від діяльності з управління легітимацийним процесом. Така діяльність, власне, і є легітимацийною політикою.

У сучасній Україні легітимацийна політика правлячої еліти актуалізується такими факторами:

- Партія Регіонів, яка нині є правлячою, не сприймається як легітимна абсолютною більшістю населення західних областей;
- значне розчарування внутрішньополітичною діяльністю сучасної правлячої еліти серед колишніх прихильників Партії Регіонів і тих політичних сили, що її підтримують;
- потужна критика сучасного вітчизняного політичного режиму з боку світової громадськості, що негативно позначається на зовнішньополітичній складовій його легітимності;
- зростання активності політичних опонентів правлячої еліти тощо.

Івчик Наталія Степанівна

(викладач кафедри політичних наук РДГУ)

ВІДОБРАЖЕННЯ МОДЕЛЕЙ ЕТНОПОЛІТИЧНОЇ ПОВЕДІНКИ В ГРАФІТІ (НА ПРИКЛАДІ М. РІВНЕ)

Графіті й різноманітні надписи на стінах як своєрідний варіант оприлюднення громадянської позиції чи інформування оточення про діагностування громадянином «больових зон» суспільства зазвичай залишаються поза полем уваги науковців. Водночас, враховуючи популярність такого роду оприлюднення своєї позиції чи оцінок частиною суспільства, очевидно, що їх вивчення є тим ракурсом, який сприяє осмисленню суспільно-політичних реалій у суспільстві.

Правомірність нашого висновку особливо підтверджується подіями часів Помаранчевої революції. Адже в той час прояв соціальної активності нерідко виявлявся в тому, що представники політично активної частини суспільства висвітлювали свою громадянську позицію в надписах на стінах будинків. Оскільки такі слогани нерідко зберігаються й досі, вони в такий своєрідний спосіб демонстрували й опосередковано підтверджують дотепер вияв політичної активності громадян.

Вище сформульоване твердження спонукає й інше: такого роду творчість, на наш погляд, правомірно класифікувати однією з форм політичної участі громадян. Наше міркування аргументується передусім політичним змістом частини слоганів й графіті. Додатковим доводом на користь наших міркувань є й те, що в такий своєрідний спосіб частина громадськості, особливо ж молоді, оприлюднює свою політичну позицію, бере (хай і ситуативно) участь у суспільно-політичному житті.

Графіті, як і різноманітні надписи, що мають політичний зміст, слід вивчати у контексті семіотики. В даному випадку йдеться не тільки про малюнки,

використання тієї чи іншої символіки, що з'являються на стінах, а й про написи. Адже літера в семіотичі виступає як знак. Отже, будь-який варіант слоганів і малюнків правомірно вивчати в дискурсі семіотики.

Характерною ознакою тих вуличних написів, котрі мають політичний зміст, є їхня цілеспрямованість. Кожен з них має за мету інформування громадськості про ті чи інші міркування їхніх авторів. В інших випадках – коли на стінах будинків оприлюднюються адреси сайтів певних політичних (здебільшого праворадикальних) сил – використовується інший механізм. Умовно його можна визначити як вуличну рекламу. Мета, яку намагаються досягти організатори таких написів, очевидна: інформування громадськості про свою політичну присутність і що не менш важливо – підказування електронних ресурсів конкретних політичних сил, пропозиція ознайомлення з ними та пошук у такий спосіб своїх нових прибічників.

Прикметною ознакою слоганів і іншого роду зовнішньої «продукції» політичного гатунку є їх нав'язування зовнішньому стосовно автора середовищу. Адже оприлюднення своєї позиції в такий своєрідний спосіб (та з урахуванням мінімальної роботи комунальних служб з метою їх нейтралізації) є відображенням самооцінки автора як такого, хто має право пропонувати оточенню свою оцінку тих чи інших подій або явищ суспільно-політичного життя. При цьому сам акт написання на стіні чи створення малюнку є своєрідною маніфестацією автора, його претензією на те, що його оцінка подій є такою, яку повинно знати оточення. Одночасно очевидно й те, що поява таких написів фактично позбавляє городян можливості обрання. На відміну від вибору телевізійних програм чи преси, яку ми купуємо керуючись власними політичними уподобаннями, слоган чи графіті є «товаром», який стає присутнім у житті мешканців того чи іншого населеного пункту без їхньої згоди.

Розмірковування над питанням особливостей вуличних написів спонукає роздуми щодо їх темпоральності й сфери функціонування. З приводу першого очевидно, що слогани й графіті, скажемо так, «застигають» у часі. Адже в українських реаліях вони тривалий час не замальовуються комунальними службами, а відтак залишаються довгофункціональними меседжами, що адресуються суспільству. Вони виконують цю роль навіть тоді, коли політична актуальність зафіксованих на стінах будинків і парканів реплік-меседжів втрачається. Відтак інколи слогани перетворюються в такі собі вуличні музеї, що зберігають «артефакти» колишніх політичних перипетій, є інструментами впливу, що нагадують про них.

Стосовно ж сфери функціонування, то йдеться про їх певну обмеженість. Адже статичність такого політичного «продукту» обмежує його інформативні можливості.

Враховуючи варіативність малюнків і надписів, що несуть політичний зміст, їх слід класифікувати за критерієм змісту та типом. Серед останніх – маніфестаційні та інформативно-орієнтаційні. У першому випадку яскравим прикладом є поширене гасло «Україна для українців». Стосовно другого, то йдеться про ті слогани, які супроводжуються оприлюдненням адрес сайтів організацій, які є їх авторами.

Водночас вивчення змісту дає привід поділити графіті, слогани й іншого роду написи за критерієм політичної культури. Так, наприклад, один з написів у Рівному («Всі ми різні, всі ми рівні») проголошує формулу міжетнічного

компромісу. Тим часом окремі з написів і малюнків яскраво відображають застрягання їхніх авторів у тенетах етнічних стереотипів, використання ідей, що провокують ксенофобію, заангажованість і барикадне мислення. Водночас заслуговує уваги й мова слоганів. Нерідко вони пишуться з використанням ненормативної лексики, мовою, котра відображає агресивність авторів щодо обраних ними об'єктів інформаційних атак.

Отже, графіті, слогани й іншого роду «зовнішню продукцію» пропонуємо трактувати однією з форм політичної участі. Їх ознаками трактуємо фактори цілеспрямованості, нав'язування зовнішньому стосовно автора середовищу, тривалу часову функціональність, а водночас обмеженість у просторі. За типом малюнки й написи поділяємо на маніфестаційні та інформативно-орієнтаційні, а їхня диференціація за змістом визначається критерієм політичної культури.

Сакрієр Оксана Леонідівна

*(аспірантка кафедри політології та державного управління
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича,
наук. керівник – проф. Бурдяк В.І.)*

ПРОБЛЕМИ КОНСТРУЮВАННЯ ПОЛІТИЧНОГО БРЕНДУ В УКРАЇНІ

Українське суспільство вступило в епоху постмодерну, що характеризується появою нових інформаційних технологій. Дослідники зазначають процес зсуву політичного поля в бік віртуалізації політичного простору. Тепер популярність політичних лідерів та політичних партій багато в чому залежить від ефективного формування комунікативного капіталу, що включає позитивний імідж та конструювання політичного бренду. Політтехнологи зазначають, що брендинг – є однією з ефективних технологій, яка забезпечує політичній партії доступ до політичних ресурсів.

Для осмислення проблеми ролі та значення політичного брендингу в сучасному політичному процесі важливу роль мають наукові праці, присвячені теоретичним основам інформаційного суспільства вітчизняних і зарубіжних авторів, М. Кастельса, Г. Лассуелла, М. Маклюєна, Э.Тоффлера, А. Турена, Ф. Уебстера, Д.Хабермаса, а також І.А.Василенко, М. Н. Грачева, В. Л. Иноземцева, А.И. Соловйова та ін. Особливе значення має концепція символічного капіталу, розроблена П. Бурдьє.

Наукове обґрунтування політичного бренду засноване на аналогії теорією чотириохвиминого бренду шведського концептуаліста Тосаса Геда. Вона передбачає, що успішний бренд будується за чотирма головними напрямками: раціональному, емоційному, духовному та перш за все як системна цінність у масовій свідомості. Концепція «емоційного брендингу» французького соціолога Марка Гобе, навпаки підкреслює виключно емоційний зв'язок між брендом та людиною. Вважаючи, що успіх бренду полягає у здатності активувати емоційну парадигму взаємовідносин людини та бренду.

Отже, хороший бренд – це не лише назва, торгова марка або стратегія розвитку індивідуальних рис компанії. І в той же час це не виключно продукт. Це комплекс, сплав багатьох асоціацій в мозку споживача, що відбиває ті цінності,

Перші вибори президента Білорусії відбулися 10 липня 1994 року, в них брали участь 6 кандидатів. У другому турі з результатом близько 80 % переміг Олександр Лукашенко. 24 листопада 1996 в Білорусії був проведений референдум, на який були винесені поправки, що розширюють повноваження виконавчої влади і президента, і деякі інші питання. За прийняття поправок висловилося 70,45 % виборців. 9 вересня 2001 відбулися чергові вибори президента, переможцем в яких знов став Лукашенко, набравши 75,62 % голосів. 17 жовтня 2004 був проведений референдум про внесення поправок в Конституцію, що знімають обмеження на кількість президентських термінів. 77,3 % виборців підтримало ці зміни. Слід зазначити, що зміни до закону «Про президента Республіки Білорусь», що виключають обмеження в два терміни, були схвалені Радою республіки лише 5 жовтня 2006.

Перш за все, проблема політичного устрою Білорусії полягає в тому, що майже вся вертикаль влади республіки Білорусія формується саме президентом. Таким чином, внутрішня й зовнішня політика формується в залежності від поглядів та переконань президента республіки. Проблема внутрішнього управління республіки Білорусь полягає і в тому, що всі силові структури також формуються в залежності від інтересів президента, це створює передумови придушення демократії. Свідченням цього є ситуація на виборах президента Білорусії, коли мітинги після виборів президента були суворо розігнані силовими структурами.

Друга проблема полягає в тому, що президент Білорусії на сьогоднішній день знаходиться при владі третій строк поспіль, що створює передумови захоплення влади та перебування на пості президента надалі.

По-третє, недосконалість політичного устрою Білорусії полягає в процедурі обмеження влади президента в республіці. Президент Республіки Білорусь може бути достроково звільнений з посади при стійкій нездатності за станом здоров'я, у зв'язку з здійсненням державної зради або іншого тяжкого злочину. Таке рішення вважається прийнятним, якщо за нього проголосувала більшість від повного складу Палати представників по пропозиції не менше однієї третини її депутатів та не менше двох третин від повного складу Ради Республіки. Процедура імпічменту не передбачена в Конституції, таким чином майже не можливо обмежити владу президента в країні демократичними механізмами.

Отже, практика президентської влади в країнах пострадянського простору показує, що у порівнянні з усіма іншими вищими посадовими особами, президент має особливий статус. Його прерогативи дозволяють відігравати провідну роль у суспільно-політичному житті.

Сьогодні особливої актуальності набуває питання довіри громадян до політичних інститутів, особливо в тих країнах, які здійснюють політичну модернізацію, і, у першу чергу, це стосується інституту президентства.

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ПОЛІТИКИ

Матеріали III міжвузівської науково-практичної
конференції молодих політологів

11 листопада 2011 р.

Підписано до друку 30.11.2011 р. Формат 60x84.
Гарнітура Times New Roman. Друк різнографічний.
Ум. друк. арк. 12,85. Замовлення № 112/1. Наклад 300.

Віддруковано засобами оперативної поліграфії
ПП Самборський І.О.
33028, м. Рівне, вул. Толстого, 3, тел. (0362) 22-41-20

А 43

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ПОЛІТИКИ.
Матеріали III міжвузівської науково-практичної конференції
молодих політологів. 11 листопада 2011 р. – Рівне: РДГУ, 2012. –
167 с.

УДК 32
ББК 66

© Рівненський державний
гуманітарний університет, 2011