

© Чурсінова І. О.

8. Япония увеличивает военные расходы [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://elvisti.com/node/154844>
9. Cabinet Decision on Development of Seamless Security Legislation to Ensure Japan's Survival and Protect its People July 1, 2014 [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://japan.kantei.go.jp/96_abe/decisions/2014/_icsFiles/afieldfile/2014/07/03/anpohosei_eng.pdf
10. Japan Ministry of Defense - 防衛省. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.mod.go.jp/e/index.html>
11. John B., Wendell. M. Japan Looks Beyond F-22 for Next Fight / B. John, M. Wendell // Defense News. – 2007, July 21 – p.28
12. AT Press Time / Japan Studies Security // Defense News. – 2007, May 21 – p.4

Чурсінова Інна Олександрівна – аспірантка кафедри політичних наук Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

УДК: 65.011

ПОЛІТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА ЙОГО РОЛЬ У СУЧАСНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Статтю присвячено дослідженню та аналізу поняття «політичний менеджмент». Визначено, що політичний менеджмент як форма управління політичними процесами, покликана передбачити наслідки, виробити рекомендації для політичного керівництва та забезпечити їх реалізацію у політичній практиці.

Ключові слова: політичний менеджмент, управління, політичний процес, політичний маркетинг, суспільство.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ И ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Статья посвящена исследованию и анализу понятия «политический менеджмент». Определено, что политический менеджмент как форма управления политическими процессами, призвана предусмотреть последствия, выработать рекомендации для политического руководства и обеспечить их реализацию в политической практике.

Ключевые слова: политический менеджмент, управление, политический процесс, политический маркетинг, общество.

POLITICAL MANAGEMENT AND ITS ROLE IN THE MODERN SOCIETY

The article is devoted to the study and analysis of the concept of «political management». Determined that the political management as a form of political control processes designed to provide consequences, to develop recommendations for policy-makers and to ensure the implementation of political practice.

Keywords: political management, political process, political marketing, society.

На сьогоднішній день політичний менеджмент відіграє не останню роль у політичному просторі. Власне поняття «політичний менеджмент» має досить широке значення в теоретичному сенсі та в практичному аспекті. І для того, щоб виявити суть та роль політичного менеджменту, слід ретельно дослідити тлумачення терміну «політичний менеджмент».

Отже, менеджмент (англ. management – управління) – сукупність форм, методів, принципів, способів і засобів управління матеріальними та людськими ресурсами [6, с.5].

Політичний менеджмент – одна з форм управління в політиці, відповідно до якої вирішуються специфічні питання зміцнення авторитету державних і політичних діячів,

формування привабливості державних інститутів, політичних партій, громадських організацій або рухів, створення політичних електоральних переваг серед мас, організація союзів, об'єднань, фракцій і т. п. [6, с.5].

У зв'язку з тим, що авторитет державних діячів та державних інститутів різко знизився за останній час, то завдяки політичному менеджменту необхідно відновити довіру серед населення до представників держави. А це справа не одного дня.

Отже, актуальність дослідження ролі політичного менеджменту полягає у високій суспільній та науково-теоретичній необхідності визначення сутності саме тих видів та функцій політичного менеджменту, які допоможуть відновити авторитет державних службовців у очах українських громадян.

Дана стаття має на меті проаналізувати сутність поняття «політичний менеджмент», уточнити його функції та показати значимість політичного менеджменту для подальшого розвитку позитивного майбутнього для української громади.

«Політичний менеджмент» відносно новий термін в українській науці, але вже на сьогодні його дослідженню присвячено чимало наукових робіт та досягнень у сфері політичного управління.

Перш за все великий внесок до вивчення політичного менеджменту зроблений у працях Л. Бертаганфі, П. Дракера, Г. Емерсона, А. Етционі, Р. Саймона, Ф. Тейлора, А. Файоля, Л. Урвіка.

Визначення й особливості політичного менеджменту розкрито в працях таких науковців, як: Г. Алмонда, В. Бебика, В. Бурлакова, Л. Гуліка, В. О. Кі, М. Ключкової, Ю. Левенця, Ф. Маркса, Дж. Марч, М. Михальченка, Г. Почепцова, В. Полторака, Г. Саймона, Д. Уалдса, П. Херінга, Д. Трумена та інших.

Як наголошує український політолог В. М. Бебик: «Політичний менеджмент як один із різновидів менеджменту являє собою таку систему управління, в основі якої покладено політичні процеси, передбачення їх наслідків, вироблення рекомендацій для політичного керівництва та забезпечення реалізації їх у політичній практиці» [1, с.54].

А також вчені зазначають, що поняття «політичний менеджмент» вживається в таких значеннях:

- як соціальний інститут, який впливає на все політико-правове життя сучасного суспільства, суспільну, масову свідомість населення, структуру влади, політичну діяльність громадян;
- як сукупність людей (менеджерів), які професійно зайняті політичною діяльністю в сучасному ринковому демократичному суспільстві або ж мають реальні механізми впливу на формування політики завдяки наявності в них політичних, економічних, психологічних, організаційних та інших важелів влади;
- як наукова дисципліна, яка комплексно вивчає політичні, економічні, організаційно-технологічні, правові, психологічні та деякі інші аспекти, механізми управління політичною діяльністю в суспільстві;
- як мистецтво («ремесло») політичного управління та регулювання, тобто йдеться про розроблення, використання, удосконалення відповідних методів, засобів, технологій та інших чинників впливу на політичні процеси і відносини [5, с.612].

Тобто, політичний менеджмент розглядається як вчення про проблеми управління і як практичні рекомендації щодо керування об'єктом управління (державою, регіоном, організацією, великим підприємством, фірмою, концерном і т. ін.).

Відомий український вчений-політолог М. Головатий звертає увагу на те, що досить часто плутають чи ототожнюють поняття «політичний менеджмент» і «політичний маркетинг» і пропонує таке формулювання: «Політичний менеджмент – наука і мистецтво керувати політичною поведінкою» [4, с.21].

Як зазначає В. Воронкова, політичний менеджмент – це мистецтво управління державою, що являє собою сукупність державних (політичних) ідей, що направлене на вироблення ефективних управлінських механізмів, цілеспрямована діяльність, пов'язана з

формуванням життєво важливих відносин між державами, народами, націями, класами, різними соціальними групами суспільства [3].

Російський політолог Д. В. Ольшанський вважає, що політичний менеджмент – це «така організація і управління політичним процесом, які роблять політичний процес і, зокрема, діяльність політика (партії, організації) максимально ефективними в конкретних умовах» [7, с.41].

Інший російський спеціаліст у галузі політичного менеджменту Г. В. Пушкарьова розглядає політичний менеджмент як один із видів управлінських відносин у політиці, який дає змогу вирішувати такі завдання, як зміцнення авторитету державного або політичного діяча, створення сприятливих умов для діяльності державного закладу чи політичної партії шляхом формування у масовій свідомості їх привабливого образу, електоральних переваг населення, створення політичних союзів і блоків, вплив на супротивників у політичних конфліктах тощо. Виходячи з цього визначення слід зауважити, що таке визначення є досить об'ємним [8, с.4].

Хоча найбільш вдалим є таке формулювання: політичний менеджмент – наука і мистецтво керувати політичною поведінкою, аналізувати тенденції політичного розвитку та прогнозувати його результати.

Аналізуючи трактування терміну «політичний менеджмент», доцільно відзначити, що лейтмотивом у всіх формулюваннях є мистецтво керувати політичним процесом для успішної реалізації політичного розвитку держави. А також те, що політичний менеджмент покликаний вирішувати поставлені задачі демократичним шляхом – технологіями переконання, умовляння та інші.

Досліджуючи поняття та значення (роль) політичного менеджменту, слід зауважити, що досить часто в науковій літературі ототожнюють такі поняття як «політичний менеджмент» і «політичний маркетинг». Політичний маркетинг – сукупність форм, методів і технологій дослідження, проектування, регулювання та впровадження в суспільно-політичну практику певних настанов суспільної свідомості з метою завоювання та утримання контролю за ринком влади.

В даний час можна говорити про наступні основні види політичного менеджменту:

1. Іміджмейкинг: створення образу, іміджу державного, політичного діяча, привабливого для широких мас.

2. Корпоративний політичний іміджмейкинг: формування в масовій свідомості впізнаного позитивного образу державної установи, політичної організації, партії.

3. Електоральні технології як системна організація передвиборчої кампанії.

4. Політичний брендинг (бренд – торгова марка): внесення в масову свідомість впізнаних символів, значень, образів, здатних відповідно до цілей суб'єкта політико-технологічного управління об'єднувати людей або, навпаки, роз'єднувати їх на групи, що змагаються.

5. Технології політичних союзів як діяльність, орієнтована на залучення до рішення поставлених завдань своїх політичних союзників і опонентів.

6. Технології регулювання і вирішення політичних конфліктів, що передбачають пошук шляхів і засобів зниження політичного протистояння і політичної напруженості в суспільстві;

7. Технології лобізму, що є діяльністю, направленою на завдання впливу на державних посадовців, що ухвалюють управлінські рішення [8, с.7].

Кожні з цих видів політичного менеджменту мають свої цілі та, відповідно до них, політичні діячі будуть використовувати необхідні стратегії. А саме, наприклад, при створенні корпоративного політичного іміджу менеджер спрямовує свої зусилля на формування позитивного образу політичної партії, організації або державного інституту; при політичному брендингу – на створення бренду, що буде вказувати на конкретного діяча або групу людей, і так стосовно кожного виду політичного менеджменту [8, с.8].

Розглядаючи політичний менеджмент, слід зауважити, що, в залежності від спрямування, можна виокремити менеджмент зовнішнього середовища (менеджмент

державної політики) та менеджмент внутрішнього середовища (менеджмент державного адміністрування і менеджмент недержавної організації).

Саме політичний менеджмент зовнішнього середовища повинен допомогти підвищити і зміцнити позитивний авторитет нашої країни в очах політичних акторів інших держав світу.

Політичний менеджмент – це багатоплановий поведінковий процес, спрямований на вироблення та реалізацію стратегії політичного суб'єкта (держави, партії, лідера) з урахуванням змін, які відбуваються в політичній сфері зокрема та в суспільстві загалом [9, с.5].

Сутність політичного менеджменту полягає в безпосередньому розгляді, прийнятті та втіленні в практику політичних рішень. Займається цим спеціалізована група людей (політична і правляча еліти), яка хоче домогтися необхідної поведінки членів суспільства за допомогою правових норм, засобів заохочення, умовлянь, маніпуляцій тощо.

У своїй працях М. А. Шульга та О. А. Зубчик зазначають, що політичний менеджмент розв'язує такі завдання:

- формулювання важливих довгострокових цілей, які відповідають вимогам політики та інтересам політичного суб'єкта;
- оцінювання та критичний розгляд шляхів досягнення цілей, враховуючи зовнішні та внутрішні умови (чинники) середовища, в якому перебуває політичний суб'єкт;
- вибір, прийняття, реалізація та контроль політичних рішень в умовах існуючої політичної системи та з адаптацією до змін.

Функції політичного менеджменту – планування, організування, мотивування і контролювання – перебувають у нерозривному зв'язку.

Планування, тобто формулювання цілей та способів їх досягнення, дає змогу отримати уявлення про існуючий стан, напрями необхідного та ймовірного розвитку, а також про найефективніші способи досягнення визначених цілей.

Організування полягає в побудові внутрішньої структурної ієрархії, конкретних завдань, повноважень і відповідальності підрозділів або окремих працівників, які задіяні в процесі досягнення цілей об'єкта.

Мотивування слугує для створення відповідних матеріальних і моральних стимулів для забезпечення виконання працівниками своїх обов'язків стосовно об'єкта управління та суспільства загалом. Функція мотивування інколи деталізується й характеризується як керівництво та управління кадрами.

Контролювання полягає в ретельній перевірці виконання визначених планів, відповідності їхньої структури цілям організації і т.д. Результати контролювання використовують для вироблення нових управлінських рішень та коригування раніше схвалених організаційних заходів [9, с.7].

Крім цього, існує також розширене тлумачення функцій менеджменту, за якого вони охоплюють:

- 1) планування – процес визначення того, що можна очікувати від кожної структурної одиниці організації чи людини та які кроки слід здійснити для досягнення поставлених цілей;
- 2) організування – процес вироблення структури діяльності та структури персоналу, необхідних для досягнення поставлених цілей;
- 3) підбір кадрів – процес відбору, навчання та підвищення кваліфікації персоналу, необхідний для виконання роботи та досягнення поставлених цілей;
- 4) навчання – процес розвитку та вдосконалення індивідуального професіоналізму персоналу з метою належного виконання поставлених ним завдань;
- 5) керівництво – процес спрямування, нагляду та мотивації персоналу для досягнення кінцевих цілей;
- 6) лідерство – процес такого впливу на людей, який спонукає їх діяти належним чином;
- 7) комунікацію – процес налагодження передачі інформації між окремими структурними одиницями та людьми;
- 8) мотивацію – процес спонукання членів організації до виконання певних дій;

9) оцінку – процес вимірювання та аналізу рівня роботи своїх підлеглих;

10) заохочення – процес вираження визнання індивіду за докладені зусилля та поведінку, який має за мету підтримку високого рівня продуктивності;

11) спрямування поведінки підлеглих за допомогою відповідних порад з метою зміни поведінки в інтересах організації.

Політичний менеджмент як система управління політичними процесами охоплює: маркетинговий аналіз кон'юнктури політичного ринку й формування відповідного іміджу «політичного товару», організації, лідера, кандидата, політичної платформи; політичне забезпечення бізнесу; вивчення політичних і соціокультурних факторів, що впливають на ділову активність; зв'язок із громадськістю та професійне політичне лобювання; оволодіння мистецтвом роботи з людьми та організаціями, спираючись на моральні, етичні, естетичні цінності даного суспільства [9, с.10].

Мабуть, можливо виокремити декілька ключових причин зростання ролі політичного менеджменту в сучасному політичному просторі.

По-перше, утвердження в свідомості багатьох людей цінностей лібералізму:

свободи особистості, ідеологічного й політичного плюралізму, толерантності, рівності всіх перед законом, недопустимості втручання держави в приватне життя і под. У таких умовах для досягнення своїх цілей політичній еліті все частіше й частіше доводиться вдаватися до непрямого впливу на людей, робити спроби такого впливу на їх мотиваційну структуру, яка не суперечила б їх ціннісним орієнтаціям і підтримувала б у них відчуття свободи свого вибору, природності скоєних ними дій.

По-друге, демократизація суспільства. Затвердження в політичній практиці багатьох сучасних держав принципів правової держави вело до різкого звуження інституційних можливостей для сваволі й застосування нелегітимних форм насильства з боку влади. Будучи обмеженими законом у своїх діях, державні посадові особи та інші політичні діячі не могли не звернутися до теорії і практики політичного менеджменту для зміцнення власного авторитету і впливу, для проведення в життя своїх задумів і рішень.

По-третє, запровадження загального виборчого права. Масою, здатною вплинути на вибір того чи іншого кандидата, потрібно було керувати так, щоб вона не помічала цілеспрямованого впливу, щоб у кожній людині, яка прийшла на виборчу дільницю, завжди зберігалось відчуття, що вона діє самостійно, що її вибір є вільним.

По-четверте, перетворення політичних партій та громадських організацій, груп інтересів у самостійних суб'єктів, що прагнуть відігравати активну роль на політичній арені. Партії, громадські організації, групи інтересів, на відміну від держави, позбавлені права на створення загальнообов'язкових норм і на застосування легітимного насильства, тому політичний менеджмент стає для них єдиною можливою формою управлінського впливу на маси.

По-п'яте, розвиток електронних засобів масової комунікації. З появою радіо, телебачення та Інтернету різко зростає можливість впливу на думку виборця. За допомогою електронних засобів інформації з'явилася можливість не лише інформувати людей, а й безпосередньо впливати на емоційне сприйняття інформації. Багато прийомів, які використовуються в політичному менеджменті для впливу на політичну поведінку, були б неможливі без телебачення та радіо [8, с.5].

Також слід зазначити, що зі збільшенням ролі політичного менеджменту зростає попит на такі спеціальності як політичний менеджер, PR-менеджер, політтехнолог, спічрайтер. І, в свою чергу, з'являються нові професії, наприклад, ньюсмейкер (творець новин, подій), спін-доктор (організатор пропагандистської кампанії, що направлена на зниження ролі негативної інформації).

Таким чином, проаналізувавши та дослідивши поняття та сутність політичного менеджменту в сучасному політичному суспільстві, ми бачимо, яка важлива та вагома роль відводиться цій формі управління в політиці, адже політичний менеджмент покликаний вирішити цілу ланку задач, що сприятимуть позитивному (ефективному) розвитку

суспільства в цілому. А можливо це завдяки створенню позитивного образу (політичного лідера, державного інституту), електоральним технологіям, політичного брендингу (створення впізнаного бренду), технологіям політичних союзів, технологіям регулювання і вирішення політичних конфліктів, технологіям лобізму та завдяки спеціалістам у кожній з цих сфер політичного менеджменту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бебик В., Агарков О. Політичний менеджмент суб'єктів соціально-політичного маркетингу / В. Бебик, О. Агарков // Політичний менеджмент. Науковий журнал — К., 2011. — 6 (51). — С. 3-12.
2. Бебик В. М. Політологія: теорія, методологія, практика: Підручник. / В. М. Бебик — К.: МАУП, 1997. — 248 с.
3. Воронкова В. Г. Формування антропологічної парадигми політичного менеджменту в умовах глобалізації // Український науковий журнал «Освіта регіону: політологія психологія комунікації» [Електронний ресурс] // Режим доступа: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_34_4.pdf
4. Головатий М. Ф. Політичний менеджмент: Навч. посібник./ М. Ф. Головатий — К.: МАУП, 2005. — 264 с.
5. Кирилюк Ф. М. Політологія. Навчальний посібник / Ф. М. Кирилюк, М. І. Обушний, М. І. Хилько та ін. — К.: Здоров'я, 2004. — 776 с.
6. Клочкова М. С. Краткий курс по политическому менеджменту: учеб. Пособие М. С. Клочкова. — М. : Издательство «окей-книга», 2009. — 110 с.
7. Ольшанский Д. Политический PR./ Д. Ольшанский — Спб., "Питер", 2003. - 544 с.
8. Пушкарева Г. В. Политический менеджмент / Г. В. Пушкарева. — М.: Академия, 2005. — 186 с.
9. Шульга М. А., Зубчик О. А. Політичний менеджмент : навчальний посібник / М. А. Шульга, О. А. Зубчик. — К. : Академвидав, 2013. —160 с.