

Міністерство освіти і науки України
Національний університет “Острозька академія”
Львівський національний університет імені Івана Франка

О. Г. Старіш

ПОЛІТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Навчальний посібник

Острог
2014

*Рекомендовано до друку вченою радою
Львівського національного університету імені Івана Франка
Протокол № 20/11 від 27.11.2013 р.*

Рецензенти:

Євтушенко О. Н. – доктор політичних наук, професор Чорноморського державного університету імені Петра Могили;

Римаренко С. Ю. – доктор політичних наук, професор, член УАПН;

Чемшит О. О. – доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри філософських і соціальних наук Севастопольського національного технічного університету.

Старіш О. Г.

С 77 Політичний менеджмент : навчальний посібник / О. Г. Старіш. – Острого : Видавництво Національного університету “Острозька академія”, 2014. – 272 с.

ISBN 978-966-2254-80-8

Навчальний посібник містить виклад питань які пов'язані з загальною теорією управління і її складовою – політичним менеджментом.

У навчальному посібнику систематизовано підходи до природи політичного управління та методи формування політичних технологій. Наведено приклади найбільш поширених політичних технологій, що використовуються в різних сферах політичного управління, включаючи пe-редвиборчі перегони.

Навчальний посібник супроводжується глосарієм і переліком літератури.

Для студентів вищих навчальних закладів, журналістів, державних службовців, аспірантів та дослідників проблем політичного менеджменту.

УДК 004.4(075.8)
ББК 32.817я3

ISBN 978-966-2254-80-8

© Старіш О. Г., 2014

© Львівський національний університет імені Івана Франка, 2014

© НУ «Острозька академія», 2014

ВСТУП

Одним з базових елементів демократії є вільний ринок, у тому числі – ринок управлінців у сфері політики, коли конкурс є основою: – з одного боку – селекції кандидатів; – з іншого боку – інструментом формування мотивації.

Саме на основі конкуренції ймовірність потрапити у владно-управлінські структури вище у якісно підготовлених кадрів.

Однак процес підготовки таких кадрів – довготривалий, тому заміна старої “номенклатурної гвардії” новим поколінням управлінців відбувається не так швидко, як того вимагають виклики XXI століття. Тим паче, що реалізації отриманих управлінцем знань перешкоджає корпоративна солідарність, що ґрунтується на усталених функціональних зв'язках управлінського середовища. І це притому, що ефективність влади проявляється в способах рішення завдань, коли на зміну методам “латання дір” і “гасіння пожеж” повинне прийти розуміння необхідності системності управління:

1. Стратегічного планування політичних рішень, що приймаються;
2. Континуально-динамічна корекція прийнятих рішень у відповідності до вимог ситуації – зміну стану системи;
3. Відповідальності за створене.

Унаслідок професійними управлінцями повинні бути не тільки висококласні фахівці, але й патріоти своєї країни, що прагнуть бути корисними суспільству й готовими відповідати за прийняті рішення. Досвід підготовки політичних експертів показує, що

працевлаштовані за професією ті випускники й роблять успішну кар'єру, які вміють:

- забезпечити ідеологічну спрямованість і організаційну роботу політичної сили;
- організувати управлінську діяльність державних інституцій;
- надати кваліфіковану допомогу в організації й проведенні виборчої кампанії;
- застосувати весь арсенал комунікативних впливів.

“Політичний менеджмент” є дисципліною новою, тільки структурованою у форматі державного стандарту. Стрижнем управлінської науки стає знання про політичні технології, які визначаються як: “сукупність послідовно застосовуваних процедур, прийомів і способів діяльності, спрямованих на ... ефективну реалізацію цілей і завдань політичного суб'єкта в певний час і в певному місці”. Однак застосування політичних технологій визначається ще й середовищем – тобто умовами їхнього застосування.

На даний час трансформація державної форми правління практично у всіх країнах світу привела до бачення не тільки інформаційної суті самого процесу, але й до державної експансії, що дає змогу розглядати боротьбу за владу як в державі, так й поза межами у форматі інформаційної війни. Як стверджує С. Расторгуєв: “Суть її складається в завоюванні країн і народів шляхом впровадження в керівництво чужої країни власних ставлеників, носіїв власної ідеології й власних інтересів винятково інформаційними методами впливу, які називаються демократичними виборами у владу”.

Нинішній час – час тотального зростання обсягів інформаційних потоків у всіх сферах життєдіяльності цивілізації – характеризується як перехід від “індустріального суспільства” до “суспільства інформаційного”. У соціальному форматі інформаційного простору все частіше використовується таке поняття як “інформаційні технології”, коли кардинально трансформується середовище існування цивілізації й, як наслідок:

- способи виробництва й світогляд людей;
- технології реалізації управління як в державі, так і в системі міжнародних відносин;

- можливості й значення системи засобів масової комунікації (ЗМК) цивілізації.

Тотальне насичення біосфери телекомунікаційними системами призвело до того, що “симбіоз людини з інформаційними мережами стає новим етапом еволюції цивілізації, коли інфраструктура телекомунікаційних систем пронизує біосферу по всіх рівнях ієрархії організації речовини всесвіту, включаючи кожен людину”.

Передусім, таке бачення ситуації дало змогу прийти до розуміння того, що “формально на людство можна дивитися як на інформаційну ... систему, що складається з елементів-людей, між якими існує інформаційна взаємодія... Формально на мозок окремо взятої людини можна дивитися як на інформаційну систему, що самонавчається, і складається з елементів-нейронів, між якими існує інформаційна взаємодія... При цьому елементи систем іноді гинуть, іноді народжуються, і те, і інше приводить до зміни інформаційних зв'язків...”, отже, робить висновок Н. Вінер: *“Реальність може й повинна бути пояснена насамперед у термінах інформації й комунікації”*.

Цілком вірогідно, що головну роль у системі як вертикальних, так і горизонтальних зв'язків всіх елементів цивілізації як самостійної інформаційної системи відіграє система ЗМК. Роль, яка у контексті глобалізації дає змогу виявляти й моделювати виклики сучасності – проблеми інформаційної безпеки як окремої особистості або суспільства, так і цивілізації загалом. І цілком природно, що досліджувати ці процеси й викликувані ними проблеми потрібно крізь призму інформації, тому що: “Будь-який процес управління, крім виключно функціональних характеристик типу: повнота зворотного зв'язку, затримка в ухваленні рішення, час реакції й ін., характеризується метою. А так, як процес управління системою протікає в гострій інформаційній боротьбі, то цілі управління часто бувають приховані від самої системи в механізмі управління, який виділився з неї”.

Унаслідок цього управління спрямоване на досягнення економічних переваг, тому що, як засвідчує І. Валерстайн: “... три ... сфери колективних людських дій – політична, економічна й соціальна

не є автономними сферами людської дії. У них немає своєї окремої внутрішньої “логіки” і, більше того, переплетення обмежень, можливостей, рішень, норм і “раціональностей” такого, що жодна прийнятна дослідницька модель не може розділити фактори відповідно до зазначених категорій політичного, економічного й соціального... Існує єдиний “набір правил” ... усередині яких діють ці ... структури”, єдиною й природною об’єднувальною ланкою яких є інформація і її ретранслятор – система засобів масової комунікації цивілізації.

Трансформація довільної системи зводиться передусім до зміни числа елементів і/або зв’язків між елементами, що відповідно призводить до зміни структури – елементної бази – системи. З погляду системних перетворень, як соціальна реформа, так і революція є структурними перетвореннями. Унаслідок цього значимими є такі трансформації, які зумовлюють до утворення якісно нової системи, коли кількісні зміни елементної бази системи призводять до якісних перетворень системи і, як наслідок, – до формування нових цілей. Унаслідок цього такі зміни в системі відбуваються як під час зовнішньої, так і внутрішньої інформаційної взаємодії.

Із курсу “Системології” відомо, що для трансформації довільної системи необхідна поява відповідного механізму запуску процесу. Особливо велика роль такого механізму в соціальних системах, коли, зібравшись у великій кількості, юрба втрачає самоконтроль і потенційно це сліпа руйнівна сила та, як наслідок, легко піддається довільному інформаційному впливу. Відповідно, як стверджує І. Прангішвілі, практично всі значимі “історичні події, включаючи революції й геноцид, були проявом масової істерії через різні спускові механізми”, а каталізатором таких процесів була і є система засобів масової комунікації (ЗМК). Тобто провідна роль у політичних процесах належить інформаційним аналітикам, тому що об’єктами їхньої діяльності є:

- по-перше, інформація, а не техніко-технологічні системи;
- по-друге, її контент – зміст, а не формальний аспект. Саме цей аспект роботи з інформаційними ресурсами, які забезпечують ефективність управління, становить ядро інформаційних наук у країнах розвинених демократій.

Інформаційна політика держави як галузь соціальної інформатики є її соціально-політичною складовою, у цьому аспекті інформаційна політика є інформатикою ЗМК, що трактує те, як система ЗМК формує ідеологічні погляди, думки й оцінки, що визначають побут і культуру поведінки людей. У такому контексті значною проблемою для України постає питання про державне регулювання й формування продержавницьких поглядів суспільства шляхом введення в освітні курси навчальних закладів відповідних дисциплін і, передусім під час підготовки співробітників і фахівців системи державного управління й системи ЗМК.

Аналіз навчальних спеціальностей, що вводяться останнім часом, і перспективних напрямів досліджень у європейських університетах показує, що значну увагу приділяють так званім “інформаційним” спеціальностям і наукам. Сьогодні в усіх університетах Європи здійснюється підготовка бакалаврів і магістрів інформаційних наук і введена практика присвоєння вчених ступенів за інформаційними науками. Унаслідок цього до інформаційних наук у країнах Євросоюзу відносять галузі знань і діяльності, які безпосередньо не пов’язані з технічними проблемами тому, що нові спеціальності мають міждисциплінарний щодо традиційних наук управлінський характер.

Однією з таких спеціальностей і є політичний менеджмент. Тобто політичний менеджмент – це один з видів управлінських відносин у політиці, у форматі якого вирішуються специфічні завдання формування й зміцнення авторитету державних і політичних діячів, створення привабливих образів державних установ, політичних партій, груп тиску, формування електоральних переваг населення, організації політичних союзів або блоків. Головною особливістю політичного менеджменту є те, що суб’єкт управління, який прагне досягти певної мети, не має змоги створювати загальнообов’язкові норми й опиратися на право “легітимного насильства”.

Навчальний посібник “Політичний менеджмент” написано на підставі:

1. Інформаційного підходу до дослідження будь-яких процесів і явищ – “Інформаційного виміру цивілізації”.

2. Адаптованої для гуманітарних спеціальностей теорії систем – “Системології”.

Вважаємо за прийнятний обов’язок висловити щиро вдячність М. Грачову, С. Дацюку, Г. Пушкарьовій, В. Сороченку, деякі результати досліджень яких були адаптовані до заявленої проблематики і органічно увійшли в структуру навчального посібника.

Розділ 1

ПОЛІТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Через те, що:

1. Сьогодні в науковому співтоваристві не існує єдиної базової парадигми застосування теорії управління, теорії систем, теорії масової комунікації і теорії масової інформації в політичній теорії і практиці.

2. Реальність має бути пояснена в термінах “інформація” і “комунікація”: потрібно розглянути поняття “влада” крізь призму понять “інформація” і “комунікація” і, як наслідок, виявити природу політичної комунікації.

§ 1.1. Влада як комунікація

У авторській роботі “Влада” Н. Луман розглядає теорію влади як комунікацію, в той час, коли гуманітарні системи існують завдяки самоорганізації і її координації владою, яка, відповідно, сама реалізується за допомогою комунікації.

В комунікації суб’єкт політичного процесу реалізує дві функції:

1. Створення невизначеності ситуації.
2. Пропозиції об’єкту політичного процесу рішення, яке породжує визначеність ситуації.

Політична технологія 247	Семіосфера 253
Політична чутка 247	Спін-технології 258
Політичне рішення 248	Спіраль мовчання 259
Політичне управління 249	Суспільна думка 261
Політичне функціонування 250	
Політичний міф 250	Т
Політичний моніторинг 251	Теорія організації 261
Політичний менеджмент 252	Теорія управління 261
	У
Р	Управління державне 262
Ресурси влади 252	Управління конфліктом 262
	Ц
С	Ціна стратегічних помилок 263
Самоврядування місцеве 253	
Самоорганізація 253	
Самосвідомість 253	

ЗМІСТ

Вступ	3
РОЗДІЛ 1. Політичний менеджмент	9
§ 1.1. Влада як комунікація	9
1.1.1. Комунікація як влада	11
1.1.2. Українська влада як комунікація	13
1.1.3. Зміна влади шляхом зміни комунікації	16
§ 1.2. Природа політичної комунікації	17
§ 1.3. Уявлення про політичний менеджмент	26
§ 1.4. Види політичного менеджменту	32
§ 1.5. Політичний менеджмент як професія	35
§ 1.6. Етичні проблеми політичного менеджменту	38
РОЗДІЛ 2. Теоретичні аспекти політичного менеджменту	43
§ 2.1. Теоретичні засади політичного менеджменту	43
§ 2.2. Об'єкт і предмет політичного менеджменту	46
§ 2.3. Підходи до політичного менеджменту	53
2.3.1. Теорія раціонального вибору	57
2.3.2. Біхевіористська теорія	58
2.3.3. Когнітивний аналіз	58
§ 2.4. Конструювання політичних ситуацій	59
2.4.1. Визначення напрямів пошуку даних	60
2.4.2. Розроблення теоретичної моделі	61
2.4.3. Операціоналізація	62
2.4.4. Емпіричні методи збору даних	63
2.4.5. Конструювання ситуації	65
РОЗДІЛ 3. Політичний процес	67
§ 3.1. Модель політичного процесу	67
3.1.1. Культура суспільства й політична культура	69
3.1.2. Соціальні структури	71
3.1.3. Просторово-часовий чинник	72
3.1.4. Ситуаційний чинник	72
3.1.5. Дії конкурентів	73

§ 3.2. Суб'єкт і об'єкт політичного процесу.....	74
§ 3.3. Модель політичної взаємодії	79
РОЗДІЛ 4. Управління процесом мотивації.....	83
§ 4.1. Мотивація політичної дії.....	83
§ 4.2. Когнітивна модель мотивації політичної дії.....	89
4.2.1. Повідомлення	91
4.2.2. Сприйняття повідомлення.....	92
4.2.3. Визначення ситуації.....	93
4.2.3.1. Категоризація	93
4.2.3.2. Атрибуція	94
4.2.4. Усвідомлення мотиву.....	96
4.2.5. Постановлення мети.....	98
4.2.6. Вибір засобів.....	98
§ 4.3. Управління мотивацією політичної дії	99
4.3.1. Процеси перцепції.....	101
4.3.2. Ментальні процеси категоризації й атрибуції	102
4.3.3. Емоційні процеси	102
4.3.4. Процеси пам'яті	102
§ 4.4. Завдання управління мотивацією в політичному менеджменті	103
§ 4.5. Управління мотивацією і маніпуляція.....	107
РОЗДІЛ 5. Управління процесом комунікації.....	109
§ 5.1. Комунікація в політичному процесі.....	109
§ 5.2. Завдання управління процесом комунікації	116
5.2.1. Виробництво повідомлення	117
5.2.2. Просування повідомлення.....	120
5.2.3. Формування зворотного зв'язку.....	120
5.2.4. Усунення шумів.....	121
§ 5.3. Політичний PR	122
РОЗДІЛ 6. Управління процесом структуризації.....	136
§ 6.1. Процес структуризації у взаємодії суб'єкта й об'єкта політичного процесу	136
§ 6.2. Завдання управління процесом структуризації.....	144
§ 6.3. Сегментування політичного ринку	149

6.3.1. Політичний ринок	149
6.3.2. Політичний маркетинг	150
6.3.3. Сегментація ринку	151
6.3.4. Адресні групи	153
6.3.5. Алгоритм політичного маркетингу.....	155
Контрольні запитання	158
Додаток.....	159
Глосарій.....	200
Література.....	265
Предметний покажчик	267

Навчальне видання

СТАРШ Олександр Григорович

ПОЛІТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Навчальний посібник

Редактор *М. В. Тимошук*
Технічний редактор *С. З. Сенік*
Комп'ютерне верстання *Н. В. Якимів, Н. М. Лобач*
Коректор *Ю. Р. Глиняна*
Художнє оформлення обкладинки *К. О. Олексійчук*

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 15,8. Наклад 300 пр. Зам. № 14–15
Папір офсетний. Друк цифровий. Гарнітура “Minion Pro”

Оригінал-макет виготовлено
у Львівському національному університеті імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, 79000.
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 3059 від 13.12.2007 р.

Видавництво Національного університету “Острозька академія”,
вул. Семінарська, 2, м. Острог, Рівненська обл., 35800, Україна.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи РВ № 1 від 8 серпня 2000 року.

Видавець СПД Свиначчук Р. В.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи РВ № 27 від 29 липня 2004 року.
Тел. (+38067) 771 28 70, e-mail: 35800@ukr.net.