

16. Лотоцький О. Справжні пружини // Тризуб. – 1927. – 13 листопада. – № 42 (100). – С. 9 – 12.

17. О. Б. (псевдонім О. Лотоцького) Видавнича справа на Україні // Тризуб. – 1926. – 5 вересня. – № 43. – С. 16 – 20.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Михайленко Галина Миколаївна – кандидат історичних наук, доцент кафедри всевітньої історії та історіографії Херсонського державного університету.

Наукові інтереси: українська історіографія першої половини ХХ ст., біоісторіографія.

УДК 94(477)

ПОЛІТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Лариса ПЕРЕВОЗНИК (Кіровоград)

Автор уточнює поняття політичний менеджмент, розкриває сутність політичного менеджменту, його види та структуру, політичну взаємодію на рівні “суб’єкт – об’єкт” політичного менеджменту та взаємодію з морально-етичними проблемами суспільства. Автор також вивчає особливості розвитку політичного менеджменту в Україні в період формування громадянського суспільства та розглядає політичний менеджмент як суттєву його ознаку.

Ключові слова: політичний менеджмент, політичний технологічний процес, види, структура, мораль, громадянське суспільство.

Автор уточняет понятие политический менеджмент, раскрывает сущность политического менеджмента, его виды и структуру, политическое взаимодействие на уровне “субъект-объект” политического менеджмента и взаимодействие с морально-этическими проблемами общества. Автор также изучает особенности политического менеджмента в Украине в период формирования гражданского общества и рассматривает политический менеджмент как его существенный признак.

Ключевые слова: политический менеджмент, политический технологический процесс, виды, структура, мораль, гражданское общество.

The author underlines the meaning of the notion of “political management”, opens the matter of political management, takes out its types and structure, political correlation on the level of “subject – object” in political management and correlation with moral-etic problems of the society.

The author also investigates the peculiars of the development of political management in Ukraine in the period of citizen society formation and analyses political management as its peculiar feature.

Key words: political management, polit-technological process, types, structure, moral, citizen society.

Сучасне суспільство потребує сьогодні прагматиків і раціоналістів, які різко підвищували б ефективність його функціонування. Особливо таку потребу відчуває виробництво, економіка та політика. Певною мірою зростаючий політичний попит на політичні послуги може задовольнити своєю пропозицією політичний менеджмент.

Соціально-політичні зміни, що відбулися і відбуваються в Україні в останні два десятиріччя, наскільки змінили політичний простір, що зробили його надзвичайно багатомірним і, ніде правди діти, різнобарвним, у політичному плані – багатоспекторним. І цей процес щодня стає все масштабнішим. Так у 2010 р. в Україні налічувалося 172 політичні партії [9, с.12], а навесні 2011 р. їх за даними Мінюсту стало вже 186 [10, с.F4–F5]. До політики в Україні долучаються мільйони. Відбувається те, про що говорив у свій час К.Ясперс: “У сучасну епоху небачений вплив на історичні події здійснюють величезні маси людей“, відбувається “самостановлення і самоусвідомлення, коли державі індивід протиставляє себе різними способами“ [21, с.372]. Хоча крива зростання інтересу до політики в українському суспільстві систематично чергується із спадом, тенденція зростання інтересу до політики все ж зберігається, вона стабільна. Один “ефект баби Параски“ чого вартий. Що “ленінська кухарка“, що “баба Параска“ – не як фізичні особи, а як синдром, показник часу і як символи різних історичних епох, піднесення народної активності й історичних типів демократії, котрі піднімають пересічних людей до високого розуміння ролі своєї особистої участі в загальнонаціональних та загальнодержавних процесах.

Саме така політична мозаїка й висока політична активність мільйонів створює особливо сприятливі умови для використання політичного менеджменту.

Останнім часом до політичного лексикону і в науковий обіг буквально “влетіли“, “увірвалися“ десятки нових термінів, категорій, зокрема таких, як “політичний менеджмент“, “політичний маркетинг“, “політичні технології“, “консалтинг“ та “консалтингові послуги“, “паблікрілейшнз“, “інжиніринг“ і багато інших, зміст яких до кінця не зрозумілий навіть, далеко не всім спеціалістам і сьогодні. Ці принципово нові політичні явища стали об’єктом вивчення і суб’єктом потужного впливу на, за звичай, традиційні політичні процеси в українському суспільстві.

Актуальність вивчення проблем, пов’язаних з одним із цих явищ та процесів, політичним менеджментом та інноваційними підходами до нього й такими ж інноваціями використання його результатів, диктується теоретичними і практичними потребами суспільства, є об’єктивною необхідністю і, як нам видається, не потребує особливих дискусій та додаткових аргументів.

Метою зазначеної статті виступає дослідження сутності політичного менеджменту, політичної взаємодії на рівні “суб’єкт – об’єкт” у політико-технологічному процесі, морально-етичні проблеми політичного менеджменту.

Теоретико-методологічні засади раціонального способу організації будь-якого виду людської діяльності, насамперед, виробничої та загальної теорії управління розробляли М. Вебер, Ф. Тейлор, Е. Мейо, А. Файоль, Дж. Бернхейм, П. Дракер, Г. Саймон, Д. Макгрегор, А. Маслоу, У. Оучі, Р. Блейк та інші. Тому головні засади, принципи, методи, стилі управління, розроблені теоретиками соціального управління, є фундаментальним підґрунтям і для дослідження проблем політичного менеджменту.

За останні роки, принаймні останні півтора десятка років, у науковій літературі чітко простежується лінія зростання інтересу до вивчення проблем політичного менеджменту. Про це свідчать як кількісні, так і якісні показники. Дослідження В. М. Бебика, В. Бойка, М. Ф. Головатого, В. О. Корнієнка, Ю. І. Палехи, Л. В. Полякова, Г. Г. Почепцова, В. М. Приймака, Г. В. Пушкарьової, Ф. І. Хміля, Г. В. Щокіна та інших демонструють, що дослідників цікавлять надзвичайно різноманітні аспекти політичного менеджменту: менеджмент як різновид практичної політології, психологічні засади менеджменту, його структура, організаційна культура, менеджмент виборчих компаній, технологія впливу на прийняття управлінських рішень тощо.

Можна сказати, що за такий короткий час від появи до активного розвитку політичного менеджменту в Україні, його теорія і практика набули поширення та авторитетності й ширяться далі. З’явилися наукові праці з приводу виборчих технологій, політичних блоків, іміджу політиків та партій, політичного консалтингу та організаційно-методичної літератури з цих питань. Однак, незважаючи на досить вагомні наукові здобутки, проблематика політичного менеджменту для українських дослідників все ще залишається досить новітньою, а отже, і перспективною з позиції наукових досліджень. Ймовірніше, необхідність напрацювань у цьому напрямку диктується новизною самої науки, її оригінальною проблематикою та особливостями поведінки українського електорату, яка вибудовується на національному менталітеті: вивчається світовий та європейський досвід, запроваджується в практику і, як результат, політичні менеджери й технологи йдуть в одну сторону, а електорат – в іншу, непередбачувану ніяким політичним менеджментом та широтою його застосування чи розвинутістю.

Так, до цього часу все ще дискусійним залишається питання змісту категорії політичного менеджменту та його специфіка. Поки що дослідники не прийшли до згоди й стосовно структури політичного менеджменту. Вимагають вивчення й масштаби охоплення політичним менеджментом політичного життя суспільства, професійна підготовка учасників процесу, проблеми ефективності використання менеджменту та інше.

Прискорення політичних процесів в Україні під впливом загальних глобальних та комунікативних явищ поставило перед наукою і практикою управління політичної сфери суспільства, проблему ефективності, за висловом П. Бурд'є, “політичного поля” [3, с.80]. І одним з таких способів, як показує практика цивілізованих країн з високим рівнем розвинутої громадянського суспільства, є теорія і практика політичного менеджменту, що для України є позитивним прикладом.

Політична комунікація, взаємодія в цій сфері наскільки масштабна, що поки що авторитетні українські фахівці в цій галузі не прийшли до спільної думки, як же все-таки тлумачити поняття “політичний менеджмент”.

Необхідно зауважити, що теорія і практика політичного менеджменту в Україні пов'язана із проблемою розуміння менеджменту в цілому. Якщо бути лаконічним, то схематизовано історію політичного менеджменту в Україні, яку він пройшов за двадцять років незалежності, можна подати так:

- від повного небуття, коли навіть термін “менеджмент” не вживався, до вжитку його в розумінні менеджменту на виробництві;
- від виробничого менеджменту до соціального управління, що відповідає поняттю “менеджмент”;
- від соціального управління до основних його різновидів, зокрема й політичного, у різних його формах та на різних рівнях, з яких найбільш відомий державно-адміністративний (у цьому ж розуміння вживаються як ідентичні поняття: адміністративний, урядовий, політико-адміністративний, державний), котрий більшість дослідників вважають власне політичним.

У плані динаміки зростання ролі політичного менеджменту можна навести той незаперечний факт, що в енциклопедичному словнику “Політологія”, виданого 1993 року в Росії [15] відсутнє хоч би найменше пригадування про політичний менеджмент. Тільки через декілька років, а саме: 1997 р. “Політологічний енциклопедичний словник” дає досить широке і змістовне тлумачення політичного менеджменту [12, с.196]. Зауважимо, що це було здійснено на посттоталітарному просторі в Україні вперше та ще й уперше виданням такого рівня.

Дещо пізніше про політичний менеджмент починають писати в підручниках та в навчально-методичній літературі [14, с.432; 19, с.180–181; 11, с.94 – 135].

Погодитись із зауваженнями на кшталт того, що вже в минулому ситуація, коли “термін “політичний менеджмент” або “політичне управління”, котрий тривалий час викликав непорозуміння серед фахівців-політологів як вітчизняних, так і західних” [14, с.432] поки що неможливо. Та все ж таки, незважаючи на теоретичні й практичні зрушення в цьому питанні під впливом масштабних і глибоких змін, на політичному полі в складі політичних гравців, суб'єктів політики, судячи з палітри поглядів, проблема існує до сьогодні. Тож поки що не склалося єдине загальне поняття політичного менеджменту. Наявна певна невизначеність поняття “політичний

менеджмент“ певною мірою ускладнює теоретичний, практичний і навчально-виховний процес (наприклад, професійну підготовку з спеціальності “політологія“) у цьому напрямку.

Аналіз досліджень з цієї проблеми приводить до думки, що в більшості випадків у визначенні понять політичного менеджменту простежується дві головні лінії: цей термін уживається в широкому його розумінні та у вузькому, власне технологічному. Зокрема, у першому масштабному розумінні політичного менеджменту ця категорія подається в “Політологічному словнику“ за редакцією М. Ф. Головатого та О. В. Антонюка, в якому вказується, що політичний менеджмент – це керівництво, управління політичною системою, організацією, процесом, явищем [13, с. 466]. Далі йде широкий термін зовнішніх і внутрішніх чинників, які впливають на характер та структуру політичного менеджменту [Так само]. У такому ж контексті подається розуміння політичного менеджменту в іншому дослідженні М. Ф. Головатого [6].

Ф. М. Рудич висловлює погляд, що “політичний менеджмент“ – це наука й мистецтво аналізу тенденцій політичного розвитку, передбачення його наслідків, вироблення рекомендацій для політичного керівництва та забезпечення реалізації цих рекомендацій у політичній практиці. Зрештою, політичний менеджмент – це система управління політичною сферою суспільства на засадах використання форм, методів і технологій політичного маркетингу й правового менеджменту“ [19, с.180 – 181].

В. О. Корнієнко, один із авторів “Прикладної політології“ [див.11], наголошує на тому, що “політичний менеджмент є одночасно як наукою, так і мистецтвом управління“ [11, с.95], це система управління політичними процесами [11, с.96]. І далі дає таке тлумачення політичного менеджменту: “Політичний менеджмент – особливий вид управління в політиці, наука і мистецтво аналізу тенденцій політичного розвитку, передбачення його наслідків, вироблення рекомендацій для політичного керівництва, забезпечення їх реалізації в політичній практиці [11, с.96].

Більшість дослідників указують на вже усталені часом види політичного менеджменту за основними сферами людської діяльності, серед яких соціально-політичний менеджмент або адміністративно-державне управління. Деякі виділяють форми самого політичного менеджменту: державний, державно-адміністративний, урядовий і технологічний. Саме останній технологічний, політико-технологічний, на думку російської дослідниці Г. В. Пушкарьової, і є власне політичним менеджментом. Вона вказує, що “політичний менеджмент – це особливий вид управління в політиці, коли суб’єкт управління, який намагається досягнути певної мети, не має можливості спиратися на право “легітимного насилля“, тобто або на право державної примусовості, або на статусне право в політичній організації“ [18, с.4 – 5]. Г. В. Пушкарьова говорить: “Політичний менеджмент – це практична діяльність, спрямована на досягнення конкретних

політичних цілей“ [18, с. 18], і неодноразово наполягає на політико-технологічному процесі як основному змісті політичного менеджменту [18, с. 27; 15, с. 35] або як на політичному технологічному процесі [18, с. 34].

Це останнє тлумачення співвідноситься з вищенаведеними, як часткове, окреме із системним, цілим, як особливе із загальним, всезагальним, охоплюючим.

На думку автора статті, ближче до об'єктивного розуміння політичного менеджменту стоїть В. О. Корнієнко. Так, указуючи на те, що політичний менеджмент охоплює всю сукупність управлінських процесів, “що виникають у політичних відносинах“ [11, с. 99] і практично підтверджує позицію з цього приводу Г. В. Пушкарьової. В. О. Корнієнко говорить, що управлінські відносини, коли суб'єкт не може спиратися на право “легітимного насильства“, наприклад, закону та вимагати обов'язковості виконання якихось вказівок, “цей вид управлінських відносин має назву політико-технологічне управління або політичний менеджмент“ [11, с. 99 – 100].

Детально та всебічно питання соціального управління та політики в різноманітних аспектах розглядаються в працях Г. В. Щокіна. Але з приводу проблеми, яка цікавить автора статті, то можна посилання зробити на Г. В. Щокіна лише при розгляді ним взаємозв'язку понять керівництво і менеджмент. Г. В. Щокін говорить, що поняття керівництво і менеджмент більше належить до безпосереднього управління людьми, до технологічної організації об'єкта соціального управління [20, с. 404]. А ось термін “менеджмент“, на думку Г. В. Щокіна, належить до управління будь-яким видом виробництва як матеріального так і духовного, за виключенням політичного. Г. В. Щокін підкреслює, що “менеджмент“ не поширюється “на політичну сферу, де в цьому змісті більш уживаним є термін “адміністрування“ [20, с. 404 – 405] і Г. В. Щокін поняття менеджмент відносить “до безпосередньої організації роботи із досягнення поставлених цілей“ (але не до їх розробки) [20, с. 405]. Тобто теорію і практику соціально-політичного менеджменту Г. В. Щокін вважає синонімом політичного керівництва й синонімом адміністрування [20, с. 405]. Обговорення будь-яких проблем у цьому напрямку виходить за межі пропонованої статті, тому автор вважає будь-які коментарі з цього приводу недоцільними. Але все ж таки категоричність Г. В. Щокіна щодо неможливості використання менеджменту стосовно політики ставить під сумнів.

На думку автора пропонованої статті в усіх наведених поняттях “менеджмент“ у контексті розгляду політичного менеджменту й “політичний менеджмент“ (іноді досить протирічливих і, на думку автора, не зовсім обґрунтованих та виважених) мають місце загальні риси: об'єкт впливу, ідеї організованого на нього впливу, системність, цілеспрямованість, колективність, ефективність і готовність суб'єкта до нового, до реагування на виклики часу. Більшість дослідників при вживанні термінів “менеджмент“, “політичний менеджмент“ нерідко вживають слово “мистецтво“ управління

людьми. Тому до загальних слід додати ще й особливу майстерність, особливі вміння, високий особистий професіоналізм людей, який мається на увазі при розкритті розуміння “політичний менеджмент”.

А визначаються поняття масштабами, завданнями, засобами й рівнями використання та кадровим потенціалом (у державному, урядовому, адміністративному, політичному менеджменті використовується армія чиновників – державних службовців).

Державно-адміністративний менеджмент в Україні сьогодні — це розвинута в теорії і практиці в різних гілках влади, система цілеспрямованого багаторівневого впливу на різні сфери суспільства з розгалуженою системою підготовки й перепідготовки кадрів і його проблематика виходить за межі цього дослідження. А політичний менеджмент у вузькому розумінні входить у загальну систему управління політичною сферою суспільства, як різновид політичного управління, так само як адміністративно-державний менеджмент.

Тому можна сказати, що істина, як завжди перебуває посередині.

Необхідно згадати позицію американського соціолога Т. Парсонса, який виділяв три рівні управлінської діяльності: інституційний, управлінський і технічний, то, йдучи за цією логікою, можна дійти висновку, що йдеться, принаймні, про управлінський і технічний рівні, але не інституційний.

Думка автора зводиться до того, що політичний менеджмент у вузькому значенні розглядається як будь-який недержавний, неурядовий, вільний від адміністрування менеджмент, що здійснюється політичними й громадськими інституціями, науковцями, політологами, професійно підготовленими кадрами (спеціалістами), колективами, в котрому суб’єкт управлінського процесу не може створювати певні загальні та обов’язкові для виконання об’єктом свого управлінського впливу норми, позбавлений права диктувати загальні правила гри та об’єктивно вимушений проводити свій вплив на мотиваційну структуру особистості, його політичну свідомість та політичну поведінку специфічними, особливими формами, які виключають будь-яке державне адміністрування, тиск та примусовість. Цей вид політичного менеджменту здійснюють представники громади, суспільства незалежно від належності їх до певної соціальної групи чи класу, незалежно від їхнього соціального статусу.

У контексті вищезазначеного власне політичний менеджмент можна розуміти лише тоді, коли йдеться про створення та поширення певного позитивного іміджу політичної партії, блоку політичних партій, руху чи окремого політичного лідера (так званий промоушн), про організацію і проведення виборчих кампаній, створення певних політичних умов (громадська думка та громадянські вимоги) для прийняття того чи іншого відповідного політичного рішення органами влади тощо.

Тому технологічний, політико-технологічний менеджмент доцільно вважати політичним менеджментом у вузькому розумінні слова або громадянським політичним менеджментом на зразок терміна, який

уведений Г. Алмондом і С. Вербою, “громадянська політична культура“. На думку автора пропонованої статті, не буде помилкою і вживання терміна “соціальний менеджмент“, адже в цілому політичний менеджмент розв’язує проблему суспільства, громади, загалом проблеми різноманітних соціальних інституцій та проблеми різних соціальних груп.

Можна сказати, що це політичний менеджмент політичних партій, політичних блоків громадсько-політичних рухів та широких кіл політично активно налаштованих громадян, які прагнуть політичними методами, у межах правового поля зміни політичного режиму або політичного курсу й здійснення демократичних перетворень у суспільстві на користь більшості його членів.

Політичний менеджмент на рівні політико-технологічного процесу як особлива форма загального політичного менеджменту має свої загальні та специфічні особливості.

Доцільно нагадати, що політичний менеджмент як мистецтво та особливе вміння спрямування політичних настроїв для досягнення мети тієї чи іншої соціальної групи чи організації, розгортається в політичному просторі. Об’єктом його застосування виступають великі соціальні групи, класи, страти, верстви та прошарки суспільства й від урахування всіх політичних процесів, які відбуваються в групах, від урахування їхньої політичної свідомості, та їхніх політичних настроїв, очікувань та орієнтацій залежить результативність і загальний успіх політичного менеджменту. У демократичному суспільстві численні представники цих груп піднімаються до безпосередньої участі, прямо чи опосередковано, у процесі політичного менеджменту, до участі не в стихійних, а в організованих політичних акціях. Тому доцільно звернутися до розуміння політики. Немає ніякої потреби детально препарувати різноманітні дефініції політики. Серед багатьох тлумачень політики та влади достатньо привести декілька.

Визнаний авторитет і класик соціології та політології М. Вебер тлумачив політику як панування, котре ґрунтується на силі [4], а влада, як здатність досягати бажаних цілей всупереч супротиву інших [4, с. 152; 4, с. 157] з допомогою законності, легітимності, авторитету. Американський соціолог Дж. Масіоніс указує, що “політика – це суспільний інститут, який розподіляє владу, задає напрямки розвитку суспільства і виробляє рішення“ [7, с. 541]. На думку французького політолога П. Бурд’є, існує багатовимірний соціальний простір, у якому є “політичне поле“, “поле символічної боротьби“ [3, с. 80], поле владних стосунків [3, с. 81] із своїм “полем професійних виробників“ [3, с. 81] політичного продукту й “полем споживачів думки“ [3, с. 84] та певні інструменти виразу політичних уявлень, зосереджених у “профспілкових організаціях, партіях, соціальних технологіях організацій та маніфестації і т.п.“ [3, с. 83]. Слід нагадати, що в сучасному політичному та медійному лексиконі часто використовуються вислови на зразок таких, як: “політичні методи“, “політичне рішення“, “політична

доцільність“, “політична воля“ тощо, які вживаються в розумінні протипаги адміністративним, силовим методам, методам тиску. Політичний менеджмент як інструмент та механізм соціальної та політичної взаємодії поєднує авторитетність влади, її прозорість досягнення владних повноважень легітимним чином і можливості вибирати вид політики, вид політичного режиму та самого суспільства, визначати напрямки й перспективи політики, які відповідали б основним запитам суспільства, основним соціальним силам, за висловом М. Вебера, “політичним спільнотам“. Технологічно та організаційно вищі суспільства з розвинутими політичними системами прямо, безпосередньо чи опосередковано беруть участь у формуванні владних структур, політики і володіють демократичними важелями впливу на діяльність усіх трьох гілок влади. Таких можливостей широкі кола суспільства, соціальні класи й верстви досягають в умовах сформованості громадянського суспільства, а це означає не що інше, що це умовиширокого використання політичного менеджменту.

Досить цікавою й абсолютно новою проблемою є проблема видової специфіки політичного менеджменту. Дослідники, зокрема Г. В. Пушкарьова, називають різноманітні види політичного менеджменту залежно від різноманітних критеріїв, зокрема, від вирішення завдань, які стоять перед ним, а саме: іміджмейкінг, корпоративний політичний іміджмейкінг, технології політичних союзів, технології регулювання та розв’язання політичних конфліктів, технології лобіювання [18, с. 8]. А залежно від інших критеріїв, зокрема за професійною ознакою, Г. В. Пушкарьова виокремлює ще й такі: аналітичне забезпечення політичних кампаній, політична реклама (політичну рекламу можна з не меншим успіхом віднести до політичного маркетингу, який забезпечує просування того чи іншого політичного товару на політичному ринку), політичний PR як інформаційне забезпечення політичних кампаній, іміджмейкінг у вузькому змісті слова, котрий містить у собі роботу консультантів з політиком для корекції його поведінки, спічрайтинг або написання текстів виступів для політика, організація і проведення масових політичних акцій. І це ще далеко не вичерпний список видів політичного менеджменту [18, с. 9]. А В. О. Корнієнко називає ще більше видів політичного менеджменту [11, с. 100 – 101].

Український дослідник Г. Г. Почепцов, досліджуючи комунікативні технології ХХ століття, іде від протилежного, а саме: на підставі спеціалізації в галузі політичного менеджменту він виділяє досить специфічні, вузькопрофільні професії: менеджер публікрілейшнз, спічрайтер, іміджмейкер, спін доктор, виборчий технолог, кризовик, психооператор і психотерапевт, спеціаліст із чуток та інші [16]. А в окремому дослідженні Г. Г. Почепцов деталізує види політичного менеджменту ще із публікрілейшнз [17].

Деякі українські дослідники йдуть зовсім іншим шляхом: вони не вдаються до деталізації політичного менеджменту, а вказують на більш загальні його види, як це робить зокрема В. М. Бебик[2].

У свою чергу Ф. М. Рудич лише посилається на сучасну політологію, яка виокремлює такі види політичного менеджменту й називає їх тільки два: менеджмент виборчої кампанії і менеджмент владної команди [19, с. 181].

У цілому можна сказати, що зміни соціально-політичного життя суспільства і, зокрема українського, викликають до життя різноманітні проблеми, нові аспекти старих, досить добре відомих проблем, ускладнюють самі завдання, які стоять перед політичним менеджментом. Ці зміни та цілком нові політичні реалії вимагають подальшої диференціації професійних навиків політичних менеджерів. Політичні потреби життя все більше вимагають знань не лише політології, а й історії, соціології, психології, економіки та фінансів. А подальша комп'ютеризація всіх життєвих процесів, масштабне використання мобільних телефонів, смартфонів у політичному впливі на свідомість людей, на більш широкі можливості їхньої організації та управління ними, як показує цьогорічний досвід політичного протистояння в багатьох арабських країнах, взагалі формує принципово нові завдання для узагальнення й пошуку все нових аспектів політичного менеджменту. Одночасне використання та поєднання концертно-музичної діяльності, музики та політичної агітації, котре набуло в Україні небаченого поширення, політичні та ТВ-політичні шоу викликають до життя нові види політичного менеджменту.

Політична взаємодія має різноманітні форми та впливи. На рівні політичного менеджменту найбільш чітко виявляється кооперація та конкуренція, і будь-яка з цих форм може перерости як у систематичне співробітництво, так і в політичний конфлікт. Тому автор в основу свого подальшого теоретизування покладає тезу, яку доцільно сформулювати в такому напрямку: реальна в українському суспільстві потреба в політичному діалозі між владою і суспільством; серед багатьох можливих засобів політичного діалогу – політичний менеджмент; очікуваний результат: створення ситуації взаєморозуміння на всіх рівнях аж до загальноукраїнського, загальнонаціонального масштабу; кінцевий результат: розвиток загальних засад громадянського суспільства з реальною перспективою контролю громади, суспільства за діяльністю влади.

Політична взаємодія в процесі політичного менеджменту – це широкомасштабне та багатопланове й системне явище між суб'єктом – політичним менеджером як індивідуальним, так і колективним, та об'єктом: також індивідами, колективами та великими групами. У цій взаємодії активну роль відіграє не лише суб'єкт, а й сам об'єкт, особливо під час виборчих кампаній, коли люди намагаються розібратися в політичних ідеях представників різних політичних сил.

Г. В. Пушкарьова говорить, що “політичний технологічний процес” – це послідовність взаємодій, у які, з одного боку, усвідомлено вступає суб’єкт управління, котрий має на меті певні цілі, а з другого – залучається об’єкт, від дій якого залежить досягнення поставлених цілей” [18, с. 35], і пропонує модель політико-технологічного процесу [18, с. 35] та модель політичної взаємодії, що відбувається при цьому. На наш погляд, ця модель видається досить переконливою [18, с. 42 – 43]. До неї входять: процеси мотивації, які спонукають суб’єкт та об’єкт до введення у взаємодію; процеси комунікації (безпосередній обмін різноманітною інформацією та процеси структуризації: створення відносно стійких правил і форм стосунків по лінії: суб’єкт-об’єкт).

“Суб’єкт-об’єкт” передбачає безпосередні (команди, установки, поради, рекомендації, різноманітні форми донесення інформації тощо) та зворотні зв’язки. Останні допомагають контролювати ступінь засвоєності команд суб’єкта й відповідну реакцію об’єкта та його команди. Взаємодія здійснюється на організаційній, на консенсусно-демократичній засадах. Загальна формула цих стосунків може бути подана за такою схемою: “мета – засоби впливу – контроль – результат – нова мета”, яка розкриває зміст власне управлінської технології.

Особливого значення в цьому процесі набуває системність взаємостосунків суб’єкта та об’єкта. Якщо політична взаємодія має епізодичний характер, то будь-хто: будь-який чи то політик, політична партія чи політична ідея може розраховувати максимум на якийсь короткий “спалах” інтересу. І лише глибоко продумана чітка та систематизована взаємодія з постійним моніторингом, відслідковуванням та аналізом ситуації може вперспективі принести очікуваний результат. Політика як явище існує понад два тисячоліття, а політик – явище тимчасове і скороминуче. Тобто тільки зворотний зв’язок між суб’єктом та об’єктом політичного менеджменту дасть можливість об’єктивно оцінювати стан політичної взаємодії як на кожному його етапі, так і в цілому.

Політичний менеджмент без адміністративного тиску – це шлях до політичної свободи. На думку видатного німецького філософа К. Ясперса, який уважав, що політична свобода “виникає тільки зі зміною людини, її не можна створити за допомогою інструкцій, насильно введених у спільноту людей, які не зазнали змін; вона пов’язана з характером комунікації між готовими змінюватися людьми. Ось тому свобода як така не може бути запланована, але люди в ході правильного планування конкретних завдань спільно здобувають свободу” [21].

Серед головних способів досягнення політичної свободи К. Ясперс називає знання, самовиховання народу участю у розв’язанні конкретних політичних завдань та ефективну організацію виборчої системи, яка забезпечує всенародність виборів.

Саме в громадянському суспільстві “політика спрямована на здійснення цілей громадянського порядку як основу, не як кінцева мета людського

життя“ [21], і саме в громадянському суспільстві максимально враховується загальний інтерес і політичний менеджмент виконує суспільно-значимі функції, сприяє комунікації, усвідомленню людьми себе як народу й сприяє збереженню цілісності суспільства. Але масу “пробуджує і спрямовує пропаганда. Масам потрібні уявлення й гасла. Їм слід сказати, чого вони хочуть“ [21].

На думку автора пропонованої статті, логічним завершенням моделі політичної взаємодії по лінії “суб’єкт-об’єкт“ політичного менеджменту виступають морально-етичні процеси, які формують, “цементують“ взаємодовіру та взаємовідповідальність між суб’єктом та об’єктом політичної взаємодії саме в цій формі.

У суспільстві досить чітко сформувалася стійка думка стосовно того, що політичні менеджери не мають найпростіших уявлень про морально-етичні норми і йдуть на все задля отримання необхідного (бажаного) результату, грошей, користуючись гаслом: “Мета виправдовує засоби“. Пересічні громадяни нерідко заявляють, що політика – це брудна справа і що в політиків брудні руки.

З цього приводу думка автора зводиться до таких позицій:

- політика, як і будь-яка інша галузь людської діяльності, має свої позитивні і негативні сторони й не може бути ні чистіша, ні брудніша за будь-яку іншу сферу людської діяльності. Вона суспільству необхідна, якщо на думку певних опонентів – це бруд, то необхідно обирати не “брудних“, а “чистих“ політиків, рекомендувати достойних або йти самим і показувати власним прикладом проведення “чистої“ політики;

- політичні менеджери об’єктивно зацікавлені в проведенні високоякісного менеджменту, у будь-якому напрямі на загальноцивілізаційних засадах моралі, адже якість проведення ними заходів прямо впливає на ефективність результату. Тому допустити й реально побачити маніпулятивні дії представників політичного менеджменту реально можна, але, все ж таки зрозуміло, що вони об’єктивно не зацікавлені в маніпуляціях і приниженні та втраті свого власного іміджу. А в разі необхідності, коли дійсно виникає потреба установити істину, то треба проводити контроль з допомогою правових засобів та незалежного громадського контролю;

- у цілому можна виділити низку етичних проблем, викликаних до життя політичним менеджментом (деякі з них виокремлює у своїй праці й Г. В. Пушкарьова [18, с. 14 – 16].

Це, зокрема:

- вибір засобів досягнення поставленої мети;
- взаємодія політичних менеджерів з політиками та політичними організаціями, яких вони консультують;

- загальні умови та морально-етичні правила конкуренції на ринку політичних послуг;
- відповідність та збігання (незбігання) особистих і політичних та моральних принципів, ідеалів та орієнтацій політичного менеджера та політика й політичної сили, з якими співпрацює політичний менеджер;
- чіткі межі (на загальних правових засадах) допустимості (недопустимості) вторгнення політичних менеджерів і технологів у свідомість та підсвідомість людини різноманітними методами та механізмами впливу: вербальними, рекламними тощо;
- особиста (юридична та морально-етична) відповідальність політичного менеджера за зміст та можливі наслідки здійснення дій впливу застосованих засобів управлінської діяльності в процесі політичного менеджменту. Як свідчить досвід виборчої кампанії жовтня 2010 року, цю проблему відповідальності політичних менеджерів і технологів почали порушувати представники громадськості, електорату, неодноразово навчені негативним досвідом попередніх виборчих кампаній: обіцяють багато, але не просто не виконують передвиборчих обіцянок, а навіть не збираються взагалі цього робити: мовляв, то ж були вибори;
- політична й загальнолюдська моральна толерантність, стриманість та виваженість, обов'язковість, дотримання слова учасниками процесу політичного менеджменту, повага до політичних противників і ще більша повага до народу, який загалом і є головним об'єктом політичного впливу в процесі політичного менеджменту.

Для українського суспільства вже стала звичною ситуація, коли суспільство тримається в напрузі методом викиду чи вкиду нових порцій негативної інформації, чергової кампанії боротьби з корупцією. “Мозкові центри” та ідеологи політичного менеджменту використовують відомі пропагандистські прийоми: “злив” сенсацій, контрсенсацій і псевдосенсацій. Професійні політичні менеджери, якщо вони розраховують на довготривалу перспективу, завжди повинні пам'ятати, що всі їхні дії мають публічний характер (навіть глибоко таємно розроблені) і завжди мають чи не мають громадянське наповнення.

Успіх будь-якого процесу залежить від якісної його організації, раціонального прорахунку та професійної підготовки його суб'єктів, учасників. Саме професіоналізм та прагматизм і злагодженість їхніх дій забезпечують високий синергетичний ефект, загальну результативність політичного менеджменту.

Значна частина кадрів, представників політичного менеджменту перетворили його в примітивний комерційний проект для свого власного комфортного існування та елементарного заробляння грошей. Найчастіше вони існують на іноземні “гранти”, їх найбільше цікавить сам процес і ціна участі в ньому.

Друга частина – це люди, які нагадують дітей та дорослих, які грають у політику, бавляться в дитячі ігри та лялькові театри, вони періодично, з інтервалами нової виборчої кампанії з’являються з боку будь-якої політичної сили, руху або громадської організації чи якихось тимчасових епізодичних утворень: штабів, організацій, проектів.

І, нарешті, третя частина кадрів, незначна, їх одиниці, котрих можна визначити як ядро. Це інтелігенти за духом, патріоти за покликанням, яким болить, представники української політичної нації, котрі складають серйозну заявку і яких можна позиціонувати як актив, що має державне мислення й має перспективу в політичному менеджменті. Тут може бути й відомий політик, і відомий письменник, і нікому невідомий інтелігент, службовець чи студент, яким “не все одно“ для яких їхня “хата“ не “скраю“. Це ті, які перебороли в собі негатив потенційного обивателя і які добре розуміють глибину цинізму контрольованого теле- і радіопростору та простимульованих апологетів наявної влади, які все допитують пересічного українця питаннями на кшталт того: “Чим ви сьогодні не вдоволені? Вас це особисто стосується? Вас це особисто зачепило? Ви стали гірше жити особисто?“. І не чекаючи відповіді, самі ж за таким чином сформульовані питання відповідають самі: ось, мовляв, бачите, ви не можете бути невдоволеними, бо вас особисто це не зачепило.

Ще серйознішою видається ситуація з кадрами політичної еліти національного масштабу. Прикро, але факт: час патріотів-націоналістів, тих, хто виборів незалежність і за українську незалежність заплатив десятиліттями ув’язнення, таборів, а то й власним життям, тих, хто приймав закон “Про державну мову“, Декларацію незалежності, створював Рух, безнадійно втрачений і безвідворотньо вичерпаний. Багато нагально життєвих проблем українського народу, зокрема ідея “українського відродження“, “забалакано“. Деякі найшли собі нову нішу борця, “вічного революціонера“ (не за І. Франком) і нічого іншого в нових реаліях життя, крім поганого, матеріалу для критики не бачать, а критика для них – це своєрідна форма екзистенції та самозбереження.

Якби не було важко говорити про непрості й навіть трагічні двадцять років незалежності України, але, на думку американського політолога П. Ханни, висловленій у монографії “Другий світ“, Україна, хоча все ще бідна країна, але вже не зовсім радянська, вона належить до країн “другого світу“. За цей час виросло два нових, зовсім різних покоління нового українства: одне патріотичне, національно зорієнтоване, яке не бажає вкотре вступати в річку космополітизму, двомовності і т.д. Це покоління – реальний кадровий склад політичного менеджменту, яке може вже сьогодні скласти тест на нове політичне лідерство; друге покоління, – серед якого “втрачене“, дезорієнтоване, проблемне, з низьким і високим рівнем освіти та вихованості, безробітне, безперспективне й нерідко соціальне девіантне та покоління “голдове“, з небаченими за іншого соціального й політичного стану розвитку суспільства, матеріальними, фінансовими та життєвими перспективами.

Таким чином, роль політики, політичного життя у загальних процесах життєдіяльності й функціонування суспільства зростає. Зростає і роль участі в цих процесах окремої особистості. Тривають і постійні пошуки все нових і нових механізмів впливів на ці процеси. Політичний менеджмент – один з таких механізмів.

Теоретики суспільного розвитку сформулювали основні засади модернізації суспільства, які знайшли своє відображення в теоріях модернізації та неомодернізації. Американський соціолог А. Гідденс, вивчаючи сутність соціальних змін та їх перспективи, серед основних джерел соціальних змін особливу увагу приділив знанням про світ, його вдосконалення й стимулюючий вплив на соціальні зміни та їхнє прискорення. У кінцевому результаті рушієм цих соціальних змін виступають самі люди. На думку автора цієї статті, громадянський політичний менеджмент і є однією із тих складових, у яких самі люди без участі державно-адміністративних та силових структур можуть впливати та впливають на політичну ситуацію, політичні зміни та кінцевий політичний результат.

Політичний менеджмент в Україні як у теоретичному, так і практичному, прикладному розумінні перебуває в стадії становлення. Перспективи його використання як у найближчому, так і у віддаленому часі досить позитивні й очевидні. Як будь-яке нове явище, він переживає “хворобу росту”, визначеності.

Демократизація усіх галузей суспільства доводить, що саме політичний менеджмент без адміністративного тиску, якому протистоїть будь-яка особистість, реально має усі шанси толерантно, виважено, з повагою до політичних ідеалів та політичних орієнтацій особистості продуктивно впливати на людей та ефективно формувати політичні погляди та симпатії широких мас людей.

Панівною тенденцією, так би мовити, мейнстрімом є утворення нової соціальної реальності у світі і в Україні зокрема. Відбулася зміна соціально-політичного середовища в українському суспільстві, поглиблення демократичних основ самого суспільства та самоуправління.

Попри все, в Україні громадянське суспільство розвивається. І творцями цього суспільства є люди, громадяни. Не безликий електорат, не пересічний середньостатистичний “маленький” українець, а громадянин незалежної держави. Саме громадяни самі для себе обирають владу, обирають собі політиків, керівників. Держава, влада всіх рівнів має певні (більші - менші) соціальні зобов'язання перед своїми громадянами.

У вкрай заполітизованому українському суспільстві цивілізований політичний менеджмент набуває незвичайної актуальності й необхідності:

- його об'єктивний стан є показником розвиненості громадянських інституцій;
- він свідчить про необхідність його розвитку до такого рівня, на якому будь-яке маніпулювання політичною свідомістю й політичними

настроями членів суспільства буде ускладненим, у всякому разі в значних масштабах, а то й неможливим.

Політичний менеджмент сприяє вирішенню багатьох питань політичного життя суспільства:

- він ніби “розриває”, долає монополію владних структур на політику та владу;
- сприяє ефективному політичному діалогу між владою та суспільством, створює або підтримку, або протидію державній владі;
- створює реальні умови для вільного формування думки довіри чи недовіри громадян реальній чи майбутній владі;
- реально впливає на подолання проблеми несумісності демократичних ідеалів та орієнтацій суспільства й низької політичної активності громадян, абсентеїзму;
- значно розширяє й одночасно поглиблює перспективи формування української політичної нації, створює можливості для політичного консенсусу близьких за програмами й стратегією різних політичних сил та об’єднанню України в цілому.

За межами цього дослідницького поля залишається досить широке коло питань, які наштовхують на роздуми й майбутні нові дослідження в галузі політичного менеджменту. Але найбільш актуальним питанням було, є і буде питання підвищення ефективності, чіткого розмежування політичного менеджменту й маніпулювання, що постійно спостерігається, особливо під час виборчих кампаній.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Бебик В. М. Політологія для політика і громадянина. – К. : МАУП, 2003. – 424 с.
2. Бебик В. М. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг. – К.: МАУП, 2001.
3. Бурдые П. Соціологія політики. – М.: Socio-Logos, 1993. – 336 с.
4. Вебер М. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика. – К. : Основи, 1998. – 534 с.
5. Головатий М. Ф. Мистецтво політичної діяльності: Навч. пос. – К. : МАУП, 2002. – 176 с.
6. Головатий М. Ф. Політичний менеджмент. – К. : МАУП, 2006.
7. Масионис Дж Соціологія. – СПб. : Питер, 2004. – 752 с.
8. Пахомов Ю. Итоги недели. – 2011.
9. Перелік політичних партій, зареєстрованих міністерством юстиції України станом на 01.01.2010 / Урядовий кур’єр, 24 лютого 2010 р. - № 35. – С.12.
10. Пресс бюро “2000“. Партийная мозаика // 2000. – 2011. – 22 квітня. – С.F4-F5
11. Прикладна політологія: навч. посіб. / За ред.. В. П. Горбатенка. – К. : ВЦ “Академія“, 2008. – 472 с.
12. Політологічний енциклопедичний словник: Навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів. – К. : Генеза, 1997 – 400 с.
13. Політологічний словник: Навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / За ред. М. Ф. Головатого та О. В. Антонака. – К. : МАУП, 2005 – 792 с.

14. Політологія: підруч. для студ. юрид. спец. вищих навч. закл. / М. І. Панов (керівн. авт. кон.), Л. М. Герасіна, В. С. Журавський та ін.. – К.: Концерн “Видавничий Дім “Ін Юре“, 2005. – 520 с.
15. Политология: Энциклопедический словарь / Общ. ред и сост. Ю. И. Аверьянов. – М.: Изд-во Моск. коммерч. кн-та, 1993. – 431 с.
16. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. – М.: “Рефл-бук“, К.: “Ваклер“. – 2000. – 352 с.
17. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз, или Как успешно управлять общественным мнением. – М.: Центр, 2004. – 336 с.
18. Пушкарева Г. В. Политический менеджмент. – М., 2003. – 95 с.
19. Рудич Ф. М. Політологія: Підручник. – К.: Либідь, 2004 – 480 с.
20. Щёкин Г. Социальная теория и кадровая политика. – К.: МАУП, 2000. – 576 с.
21. Ясперс К. Психология світоглядів. – К.: Юніверс, 2009. – 461 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Перевозник Лариса Михайлівна – доцент кафедри філософії та політології КДПУ ім. В.Винниченка.

Наукові інтереси: загальна соціологія, соціологія освіти й виховання, морально-етичні проблеми сучасного українського суспільства, релігійна та сучасна соціально-політична міфологія.

УДК 94(477)"1920"

ДІЯЛЬНІСТЬ УАПЦ В УМОВАХ УКРАЇНСЬКОГО ВІДРОДЖЕННЯ 20-Х РОКІВ ХХ СТ.

Ірина РОМАНЬКО (Кіровоград)

У статті на основі широкого кола джерел досліджується діяльність Української автокефальної православної церкви та політика українізації двадцятих роках ХХ ст., аналізується питання дотичності цих явищ.

Ключові слова: церква, автокефалія, українізація, радянська.

В статье на основе широкого круга источников исследуется деятельность Украинской автокефальной православной церкви и политика украинизации двадцатых годов ХХ в., анализируется вопрос соотношения этих явлений.

Ключевые слова: церковь, автокефалия, украинизация, советизация.

In the article the author on the basis of the wide reference sources inquires into the questions of the activity of the Ukrainian Autocephalous Orthodox Church and the policy of Ukrainianization in the 1920s of the 20th century. The author also analyses the correlation of these phenomena.

Key words: church, autocephaly, Ukrainianization, Sovietization.

Варто зауважити, що в цій статті не розглядаються суто релігійні сторони життя і діяльності Української автокефальної православної церкви (далі – УАПЦ), а лише національний аспект її діяльності в його дотичності до процесу українського відродження 20-х рр.