



МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. М. В. ЛОМОНОСОВА

Г. В. Пушкарева

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

**УЧЕБНИК И ПРАКТИКУМ
ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО БАКАЛАВРИАТА**

Рекомендовано Учебно-методическим отделом высшего образования в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям

**Книга доступна в электронной библиотечной системе
biblio-online.ru**

Москва ■ Юрайт ■ 2014

УДК 32
ББК 66.0я73
П91

Автор:

Пушкарёва Галина Викторовна — профессор, доктор политических наук, профессор кафедры политического анализа факультета государственного управления Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова.

Рецензенты:

Соловьев А. И. — доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой политического анализа Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова;

Григорьева Н. С. — доктор политических наук, профессор кафедры политического анализа факультета государственного управления Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова.

Пушкарёва, Г. В.

П91 Политический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. В. Пушкарёва. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 365 с. — Серия : Модуль. Академический курс.

ISBN 978-5-9916-4113-5

В предлагаемом издании дается систематическое изложение теории политического менеджмента как особого вида управленческих отношений в политике, рассматриваются вопросы организации политических кампаний, технологии политического влияния, проблемы политического консультирования, определяется специфика стратегических и тактических задач в политическом управлении, раскрываются особенности действий в политической конкурентной среде.

Содержание учебника соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования четвертого поколения и методическим требованиям, предъявляемым к учебным изданиям.

Для студентов, аспирантов, преподавателей гуманитарных вузов, исследователей и специалистов в области политического менеджмента.

УДК 32
ББК 66.0я73

ISBN 978-5-9916-4113-5

© Пушкарёва Г. В., 2014
© ООО «Издательство Юрайт», 2014

Оглавление

Предисловие	8
Глава 1. Политический менеджмент в системе управленческих отношений современного общества	10
1.1. Управление в современном обществе	10
1.2. Политический менеджмент: дискуссия о содержании понятия	12
1.3. Политическая власть и политический менеджмент	14
1.4. Политический менеджмент и политическое управление.....	16
1.5. Виды политического менеджмента.....	18
1.6. Политический менеджмент и политический маркетинг	22
1.7. Политический менеджмент и политический PR	24
1.8. Возрастание роли политического менеджмента в современных условиях.....	26
<i>Контрольные вопросы</i>	<i>30</i>
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	<i>31</i>
<i>Дополнительная литература.....</i>	<i>31</i>
Глава 2. Политические технологии.....	32
2.1. Что такое политические технологии	32
2.2. Специфика политических технологий	35
2.3. Виды политических технологий	37
2.4. Политические технологии как наука и как искусство	40
2.5. Политические технологии как вид профессиональной деятельности	44
<i>Контрольные вопросы</i>	<i>49</i>
<i>Задания для самостоятельной работы.....</i>	<i>50</i>
<i>Дополнительная литература.....</i>	<i>50</i>
Глава 3. Управление политическими процессами	51
3.1. Место управления политическими процессами в современной системе политического менеджмента	51
3.2. Государство в управлении политическими процессами	57
3.3. Механизмы государственного регулирования политических процессов.....	59

3.4. Государственное регулирование избирательного процесса	64
<i>Контрольные вопросы</i>	70
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	70
<i>Дополнительная литература</i>	71
Глава 4. Политическая кампания	72
4.1. Политическая кампания как вид управленческих отношений	72
4.2. Внешняя среда политической кампании	76
4.3. Субъект управления в политической кампании	81
4.4. Политический менеджер	85
4.5. Объект управления	87
4.6. Модель политического взаимодействия	90
<i>Контрольные вопросы</i>	94
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	94
<i>Дополнительная литература</i>	94
Глава 5. Управление процессами мотивации в политических кампаниях	96
5.1. Значение теорий мотивации политического действия для эффективной организации политической кампании	96
5.2. Психологические механизмы восприятия политической информации	101
5.3. Возможности и ограничения управления мотивацией в политических кампаниях	106
5.4. Задачи управления мотивационными процессами в политических кампаниях	110
5.5. Манипуляция в политическом менеджменте	115
<i>Контрольные вопросы</i>	120
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	121
<i>Дополнительная литература</i>	121
Глава 6. Информационно-аналитические технологии в политических кампаниях	122
6.1. Информационно-аналитическое обеспечение политических кампаний	122
6.2. Виды информационно-аналитических технологий	124
6.3. Предварительное исследование в политической кампании	130
6.4. Сбор и анализ информации о политических конкурентах	136
6.5. Юридическое сопровождение политических кампаний ..	141
<i>Контрольные вопросы</i>	144
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	144
<i>Дополнительная литература</i>	145

Глава 7. Технологии управления коммуникационными процессами в политической кампании146

7.1. Политическая кампания как коммуникационный процесс	146
7.2. Принципы организации информационного воздействия в политической кампании.....	150
7.3. Концепция информационной кампании.....	153
7.4. Разработка концепции информационной кампании	155
7.5. Способы и приемы усиления воздействия сообщений в информационной кампании.....	163
<i>Контрольные вопросы</i>	171
<i>Задание для самостоятельной работы</i>	172
<i>Дополнительная литература</i>	172

Глава 8. Медiateхнологии и интернет-технологии в политических кампаниях173

8.1. Средства массовой информации как канал коммуникации	173
8.2. Технологии работы со средствами массовой информации	178
8.3. Пресс-служба в политической кампании	184
8.4. Интернет-пространство	185
8.5. Интернет-технологии в политических кампаниях.....	188
<i>Контрольные вопросы</i>	195
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	196
<i>Дополнительная литература</i>	196

Глава 9. Политическая реклама197

9.1. Понятие политической рекламы.....	197
9.2. Виды политической рекламы.....	200
9.3. Функции рекламной группы в политической кампании	209
9.4. Основные принципы организации рекламной кампании	212
<i>Контрольные вопросы</i>	215
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	216
<i>Дополнительная литература</i>	217

Глава 10. Технологии организации непосредственного общения в политических кампаниях.....218

10.1. Непосредственное общение как канал коммуникации в политической кампании	218
10.2. Психологические эффекты общения.....	220
10.3. Сбор подписей	226

10.4. Общественные приемные	228
10.5. Агитация «от двери к двери»	230
10.6. Встречи политиков с населением	233
<i>Контрольные вопросы</i>	237
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	237
<i>Дополнительная литература</i>	238
Глава 11. Массовые мероприятия в политических кампаниях	239
11.1. Виды и функции массовых мероприятий	239
11.2. Психология массового поведения	242
11.3. Основные принципы организации массовых мероприятий	245
11.4. Технологии организации митингов и массовых шествий	247
11.5. Флешмоб в политических кампаниях	252
<i>Контрольные вопросы</i>	255
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	256
<i>Дополнительная литература</i>	256
Глава 12. Управление процессами структуризации в политических кампаниях	257
12.1. Политическая кампания и процессы структуризации	257
12.2. Технологии управления процессами внутренней структуризации	263
12.3. Сегментирование объекта управленческого воздействия	269
12.4. Основные принципы выбора целевых групп	275
<i>Контрольные вопросы</i>	279
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	279
<i>Дополнительная литература</i>	279
Глава 13. Управление рисками в политической кампании	280
13.1. Риски в политических кампаниях	280
13.2. Виды рисков в политических кампаниях	282
13.3. Кризисные ситуации в политических кампаниях	289
13.4. Технологии защиты образа позиционируемого политика	292
13.5. Информационная защита как способ минимизации рисков в политической кампании	298
<i>Контрольные вопросы</i>	302
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	302
<i>Дополнительная литература</i>	303
Глава 14. Проектирование политической кампании	304
14.1. Методологические принципы проектирования политической кампании	304

14.2. Проект политической кампании	308
14.3. Стратегия политической кампании	310
14.4. Тактический блок проекта политической кампании.....	317
14.5. Планирование политической кампании.....	322
<i>Контрольные вопросы</i>	324
<i>Задание для самостоятельной работы</i>	324
<i>Дополнительная литература</i>	324
Глава 15. Политическое консультирование.....	325
15.1. Область политического консультирования	325
15.2. Виды политического консультирования.....	328
15.3. Политики и политические консультанты: проблемы эффективного взаимодействия	333
15.4. Рынок политического консультирования	339
15.5. Этические проблемы политических технологий	346
<i>Контрольные вопросы</i>	350
<i>Задания для самостоятельной работы</i>	351
<i>Дополнительная литература</i>	351
Практикум	352
Литература	364

Предисловие

Политический менеджмент — это один из видов управленческих отношений в политике, позволяющий решать такие задачи, как управление политическими процессами, укрепление авторитета государственного или политического деятеля, формирование электоральных предпочтений населения, создание политических союзов и блоков и т.д. Решение перечисленных политических задач требует от специалистов особых знаний, навыков и умений.

В предлагаемом учебном пособии в систематизированном виде изложены научные знания о политическом менеджменте, раскрыты его особенности, тенденции развития, возможности и ограничения, а также предложены некоторые алгоритмы решения управленческих задач. Структура книги позволяет вначале дать читателю общие представления о политическом менеджменте, его особенностях и видах, а затем предлагается детальный анализ технологий решения встающих перед политическим менеджером задач.

Изучив материал учебника, студент должен:

знать

- содержание и виды политического менеджмента;
- технологии организации и проведения политических кампаний;
- теоретико-методологические, правовые и этические основы политического менеджмента;

уметь

- анализировать и осмысливать проводимые в обществе политические кампании;
- определять стратегические и тактические цели политических кампаний;
- принимать адекватные политическим целям технологические решения;

владеть

- основами проектирования политических кампаний;
- методами оценки хода политической кампании;

- технологиями повышения эффективности политического влияния.

Учебное пособие «Политический менеджмент» подготовлено на основе образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого МГУ имени М. В. Ломоносова для реализуемых образовательных программ высшего профессионального образования по направлению подготовки 030200.62 «Политология» (квалификация — бакалавр).

Глава 1

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Изучив материал главы, студент должен:

знать

- основные подходы к определению содержания политического менеджмента;
- виды политического менеджмента;
- факторы возрастания роли политического менеджмента в современных условиях;

уметь

- различать властные и управленческие отношения в обществе;
- определять свойства политического менеджмента;
- анализировать круг задач, решаемых с помощью политического менеджмента;

владеть

- навыками идентификации политического менеджмента.
-

1.1. Управление в современном обществе

Управление является имманентным свойством современного общества. Благодаря управлению становится возможным решать такие масштабные задачи, как обеспечение развития общества, поддержание его целостности, координация политических, экономических и социальных процессов. С помощью управления решаются также частные задачи, связанные с достижением конкретных целей в интересах отдельных групп.

В науке сложились два основных подхода к определению содержания управления в обществе. Первый подход возник под влиянием кибернетики — науки, изучающей процессы

управления в сложных системах. В рамках кибернетического подхода управление рассматривается как способность системы к гомеостазису, т.е. к самовоспроизводству и развитию в условиях взаимодействия с окружающей средой. В политической науке такой подход мы можем увидеть в созданных Д. Истоном, Г. Алмондом и другими учеными моделях политических систем, функционирование которых описывается как процесс взаимного влияния системы и окружающей среды. Гомеостазис системы поддерживается механизмами, обеспечивающими ее способность, с одной стороны, воспринимать импульсы, идущие из внешнего окружения, а с другой — преобразовывать эти импульсы в решения, оказывающие позитивное влияние на ее взаимоотношение с окружающей средой. В силу того что кибернетический подход ориентирует исследователя на изучение общих механизмов воспроизводства и развития социальных и политических систем, его методология используется, главным образом, в теоретическом моделировании социальных и политических процессов.

Второй подход к управлению можно условно назвать реляционистским (от франц. *relation* — отношение). В рамках этого подхода управление описывается как субъектно-объектное отношение, в котором четко видны два его участника: с одной стороны тот, кто принимает решения и прилагает усилия для их реализации, т.е. управляет, а с другой — тот, кто является объектом управленческого воздействия, чье поведение требуется изменить в соответствии с принятыми решениями. Наличие этого типа управления отличает социальные системы от любых других, физических, технических, биологических, которые можно изучать, опираясь на методологию кибернетического подхода. Только в обществе управление может существовать в виде осознанной, направленной деятельности людей, преследующих свои цели, способных рационально оценивать свои ресурсы и возможности, использовать различные технологии влияния на определенные группы. Таким образом, в рамках данного подхода управление рассматривается как субъектно-объектное отношение, где субъект, стремясь к достижению определенной цели, осознанно и рационально выстраивает свою деятельность по оказанию влияния на объект, опираясь на определенные ресурсы и технологии.

Управленческие отношения в обществе позволяют человеку не только воспроизводить ранее сложившиеся связи

в системе, но и изменять их, совершенствовать, инициировать нововведения, ускорять развитие. С помощью управления можно вносить изменения в институциональный порядок, создавать новые организации, упорядочивать достижение поставленных целей. Но есть у управления как субъектно-объектного отношения и обратная сторона. Человеку, стремящемуся к достижению определенных целей, свойственно заблуждаться, находится в плену своих ценностных предпочтений и интересов. Он может ставить утопические задачи и при этом проявлять поразительное упорство, претворяя в жизнь ошибочные управленческие решения.

В обществе управленческие отношения многообразны. Они возникают как на уровне малых групп, отдельных организаций, так и на социетальном уровне, когда государство берет на себя функцию управления общественными делами. Управленческие отношения различаются по сферам их функционирования, масштабу решаемых задач, целям, объему привлекаемых ресурсов и т.д. В основе растущего многообразия управленческих отношений лежит ряд объективных факторов, связанных с изменениями в самих обществах: углубление процесса социальной дифференциации, развитие гражданского общества, модификация социальных связей под воздействием информатизации и глобализации, подвижность ценностных предпочтений и др.

Наряду с дифференциацией, происходит постоянное совершенствование самих управленческих отношений, идет поиск новых форм и методов управленческого воздействия, новых технологий эффективного решения поставленных задач. Итогом научного осмысления процесса усложнения управленческих отношений в обществе становится появление новых терминов и научных концептов. Одним из таких, появившихся сравнительно недавно, является понятие «политический менеджмент».

1.2. Политический менеджмент: дискуссия о содержании понятия

На рубеже XX и XXI вв. в связи с появлением в лексиконе отечественной политической науки понятия «политический менеджмент» прошла дискуссия о содержании данного понятия. Выделим наиболее интересные позиции по данному вопросу.

- Политический менеджмент — это «управление политическими событиями, ориентированное на реализацию определенных политических интересов тех или иных участников этих событий» (И. В. Тихомирова и В. Б. Тихомиров)¹.

- Политический менеджмент — это «система управления отношениями действующих политических акторов (граждан, лидеров, политических групп и др.), возникающими в процессе выбора ими решений относительно публично-правовой сферы» (Л. В. Сморгунув)².

- Политический менеджмент — это такие организация и «управление политическим процессом, которые делают политический процесс и, в частности, деятельность политика (партии, организации) максимально эффективными в сложившихся условиях» (Д. В. Олышанский)³.

- Политический менеджмент — это «особый вид управления в политике, когда субъект управления, стремящийся к достижению определенной политической цели, лишен возможности создавать общеобязательные нормы и опираться на право «легитимного насилия» (Г. В. Пушкарева)⁴.

При всех нюансах перечисленных авторских интерпретаций предметного поля политического менеджмента отметим, что данный вид управленческих отношений связывается исключительно с политической сферой общества. Следовательно, первым шагом на пути определения специфики данного вида управления должно стать уточнение содержания определения «политический».

Политика является противоречивым феноменом. Она возникает как особый вид властных отношений, позволяющих сдерживать дезинтеграционные процессы в обществе, способные в условиях нарастающей социальной дифференциации привести к его распаду. И в настоящее время политика существует как устойчивый, институционализированный комплекс отношений, взаимосвязей и взаимодействий, позволяющий организовывать достижение общих целей, поддерживать целостность социума, оказывать регулирующее воздействие на различные стороны общественной жизни.

¹ См.: Политическая энциклопедия : в 2 т. М. : Мысль, 1999. Т. 1. С. 689.

² См.: *Сморгунов Л. В.* Теоретические вопросы политического менеджмента // Политический менеджмент: электоральный процесс и технологии. СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. С. 6.

³ См.: *Олышанский Д. В.* Политический PR. СПб. : Питер, 2003. С. 41.

⁴ *Пушкарева Г. В.* Политический менеджмент. М. : Дело, 2002. С. 21.

Но одновременно политика всегда была сферой соперничества, конкуренции сил, стремящихся к оказанию влияния на процессы принятия общественно значимых решений. Как писал М. Вебер, политика «означает стремление к участию во власти или к оказанию влияния на распределение власти, будь то между государствами, будь то внутри государства между группами людей, которые оно в себе заключает»¹.

Таким образом, у политики есть две стороны: одна — властно-регулирующая, представленная, прежде всего, государством; вторая — конкурентно-конфликтующая в виде различных политических сил, ведущих борьбу за власть, за влияние на процессы принятия решений. Эти две стороны тесно взаимосвязаны и несмотря на внешнюю противоположность не могут существовать друг без друга, как не может существовать власть без борьбы за право осуществлять эту власть.

Двойственность политики рождает сложную сеть взаимных влияний, в основе которых лежат различные мотивы, в том числе не в полной мере осознаваемые, но от этого не менее сильные в своем воздействии на общую конфигурацию властных отношений в обществе. Управление в этом массиве взаимных политических влияний представляет собой рациональную, целеориентированную деятельность акторов, стремящихся к достижению политических целей и обладающих навыками умелого применения соответствующих управленческих технологий. Все многообразие управленческих отношений, возникающих в политической сфере, мы будем обозначать понятием «политический менеджмент».

Таким образом, *политический менеджмент* — это родовое понятие, используемое для обозначения всех видов управленческих отношений, возникающих в политике и ориентированных на рациональное регулирование политических процессов, на достижение политических целей, на оказание влияния на процессы принятия политических решений.

1.3. Политическая власть и политический менеджмент

Политика как сфера общественной жизни основана на особом виде властных отношений, которые «связывают» участников политических взаимодействий, делают возмож-

¹ Вебер М. Избранные произведения. М. : Прогресс, 1990. С. 646.

ным осуществление регулярного влияния одних акторов на других. Благодаря власти становится возможным существование государства, политического режима и других привычных форм проявления политического в обществе. В связи с особой значимостью политическая власть неизменно находилась в фокусе внимания многих ученых, которые предлагали различные трактовки данного феномена¹.

В данном случае хотелось бы обратить внимание на то, что по целому ряду внешних проявлений можно говорить о схожести политической власти и управления. И то и другое может быть представлено в виде субъектно-объектного отношения, в котором одна сторона (субъект) является более активной, стремящейся к оказанию влияния. Так, по традиции, которая была заложена Р. Далем, власть определяется как отношение, в котором один субъект может влиять на другого и добиваться поставленных целей, несмотря на нежелание и даже сопротивление последнего. «Власть есть потенциал, способность (возможность) субъекта оказать определенное воздействие на объект»².

Однако с помощью понятия «власть» мы обозначаем такие качественные характеристики возникающего субъектно-объектного отношения, как неравенство возможностей взаимного влияния, различие потенциалов, неизбежность подчинения, способы принуждения. Когда мы говорим об управлении, то акцентируем внимание на целеориентированном, рациональном характере возникающего субъектно-объектного отношения. Особенностью управленческой деятельности является способность субъекта не только ставить цели, но и планировать работу, прогнозировать развитие событий, искать оптимальные способы решения встающих задач, организовывать людей, координировать их действия.

Властью можно обладать, она делает человека могущественным, наделяет его правом решать судьбы других людей, диктовать свою волю. Управлению необходимо учиться, оно требует гибкости ума, умения трезво оценивать ситуацию, навыков владения технологиями влияния.

В политике нередко выполнение властных и управленческих функций осуществляется одними и теми же людьми.

¹ Подробнее см.: *Ледаев В. Г.* Власть: концептуальный анализ. М. : РОССПЭН, 2001.

² *Ледаев В. Г.* Политическая власть // Политология: Лексикон / под ред. А. И. Соловьева. М. : РОССПЭН, 2007. С. 336.

Так, государство одновременно является как институтом власти, так и институтом управления в обществе. Государственные должностные лица в своей управленческой практике опираются на властные ресурсы, на предоставленное им право создавать общеобязательные нормы, распределять ресурсы, применять легитимное насилие. Однако обладание властью и умение распоряжаться властными ресурсами не является залогом успешного и эффективного управления. Более того, обладание властью способно рождать иллюзию вседозволенности и желание идти напролом к намеченной цели, осуществлять реализацию задуманного, игнорируя объективные обстоятельства и не просчитывая последствия принимаемых решений.

Управление в политике возможно и без непосредственного включения в систему властного взаимодействия. Как будет показано ниже, политическим акторам приходится инициировать управленческие процессы для решения определенных задач, не обладая властными полномочиями и опираясь исключительно на технологии формирования убеждений людей, используя навыки и умения воздействия на мотивацию, на ценностные предпочтения и интересы.

1.4. Политический менеджмент и политическое управление

Понятия «политическое управление» и «политический менеджмент» нередко употребляют как взаимозаменяемые. Однако у каждого из них есть своя история возникновения и свои смысловые оттенки, поэтому не следует воспринимать политическое управление как русифицированный вариант политического менеджмента.

Политическое управление, во-первых, понимается как макроуправление, как интегрирующее воздействие на все сферы общества с целью поддержания его целостности и устойчивого развития. А. И. Соловьев отмечает, что «отличительные черты политического управления демонстрируют ориентацию государства на решение жизненно важных для общества задач, выполняемых в рамках сохранения территориальной целостности, суверенитета, безопасности, стабильности и пр.»¹.

¹ Государственная политика / под ред. А. И. Соловьева. М. : Изд-во МГУ, 2012. С. 54.

Во-вторых, политическое управление по своему назначению определяется как способ установления ценностных ориентиров социального развития. Его главной функцией, как пишет Т. Е. Дубатова, является «определение стратегических и тактических целей развития общества»¹.

Таким образом, понятие «политическое управление» используется для обозначения тех видов управленческих отношений, которые возникают по поводу определения перспектив развития общества в целом. Фактически речь идет об управляющем воздействии политики на общество, прежде всего в лице государства, способного вырабатывать с учетом интересов различных социальных групп стратегии экономического, социального и культурного развития страны.

Близкими по значению к такому пониманию политического управления являются категории «государственная политика» и «публичная политика». Под государственной политикой понимают «форму комплексной, совместной деятельности органов власти и управления по выдвижению и реализации долговременных целей как в обществе в целом, так и в его отдельных сферах в направлении оптимизации отношений государства и социума, поддержания социальной стабильности и наиболее полной реализации общеколлективных интересов»². Публичная политика (*public policy*) интерпретируется как процесс участия граждан в принятии государственных решений, имеющих жизненно важное значение для общества.

Предметное поле политического менеджмента ограничено управленческими отношениями, возникающими в политической сфере. Задачи, решаемые с помощью политического менеджмента, ориентированы исключительно на сохранение (изменение) политического институционального порядка и на получение политическими акторами возможности занимать выгодные позиции в пространстве политических отношений. Предметом политического менеджмента не являются вопросы социального и экономического развития общества, роста благосостояния граждан, процессы миграции и т.п. Эти и многие другие вопросы общественного развития решаются в рамках государственной и публичной политики, а также

¹ Дубатова Т. Е. Роль прогнозирования в политическом управлении // Политическое управление. М. : Изд-во РАГС, 1998. С. 15.

² Соловьев А. И. Государственная политика // Политология: Лексикон / под ред. А. И. Соловьева. С. 70.

государственного управления. Политический менеджмент является для участников политических взаимодействий способом регулирования политических процессов и организации политических кампаний с целью расширения политического влияния.

1.5. Виды политического менеджмента

Управленческие отношения в политике многообразны, они различаются по целям и задачам, которые ставят политические акторы, по способам достижения результатов, методам организации управленческого процесса и т.д. Любое разнообразие нуждается в классификации, в выделении некоторых общих черт и свойств, позволяющих обнаруживать некоторые классы явлений, обладающих общими наборами признаков. Причем чем сложнее изучаемый феномен, тем больше возникает оснований для его внутренней дифференциации. Необходимость выделения видов политического менеджмента вызвана не только исследовательским интересом, но и практическими задачами, в частности поиском оптимальных способов организации управленческих воздействий, определением эффективных технологий политического влияния.

Первым, базовым основанием классификации политического менеджмента является *предмет управления*, или тип решаемой задачи. На этом основании можно выделить три вида управления в политике: государственное регулирование политических процессов, управление политическими кампаниями, управление в политических организациях (рис. 1.1).

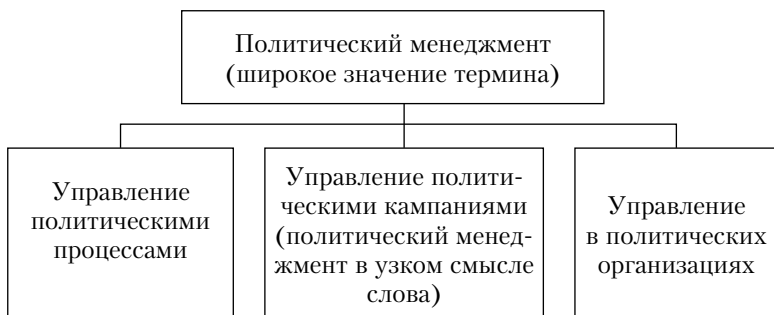


Рис. 1.1. Виды политического менеджмента

Первый вид политического менеджмента представляет собой *целенаправленное воздействие государства на политические процессы с целью придания им определенных свойств и качеств*. Политические процессы как взаимосвязанные действия людей обеспечивают функционирование и развитие политической системы общества. На политические процессы пытаются влиять различные акторы, но только государство обладает исключительными возможностями регулирования этого вида отношений в обществе. Оно может принимать общеобязательные нормы, законы, определяющие порядок взаимодействия граждан в том или ином сегменте политической сферы. Оно также наделено правом легитимного принуждения к исполнению этих норм. Об этом виде политического менеджмента мы будем говорить в гл. 3.

Второй вид политического менеджмента — *управление политическими кампаниями* — представляет собой управленческую деятельность, инициируемую для достижения конкретных политических целей. К таким целям могут относиться: победа на выборах, создание политической партии, формирование позитивного имиджа политического актора, лоббирование конкретного законопроекта, снижение протестной активности в связи с принятием непопулярного государственного решения и т.д. Специфика этого вида управления заключается в том, что для реализации целей политической кампании субъект управления не может опереться на статусные ресурсы власти, не может изменить нормативный порядок путем издания указа или принятия закона, не может прибегнуть к принуждению. В этом виде политического менеджмента особое значение обретают управленческие технологии, позволяющие оказывать влияние на граждан, формально не подчиняющихся субъекту управления. Этому виду политического менеджмента посвящена большая часть учебного пособия.

Третий вид политического менеджмента — *управление в политических организациях* — представляет собой активность руководства этих организаций, ориентированную на обеспечение их политической результативности, на выполнение ими своих функций и принятых на себя обязательств. Примером такого управления может быть деятельность руководства политической партии или общественно-политической организации по обеспечению работоспособности соответствующей структуры, по мобилизации членов данной организации на достижение программных целей, на реше-