

Політичний маркетинг і менеджмент

Олексій Картунов,

доктор політичних наук,
завідуючий кафедрою гуманітарних дисциплін
Університету економіки і права „КРОК”

Ольга Маруховська,

кандидат філософських наук,
доцент кафедри гуманітарних дисциплін
Університету економіки і права „КРОК”

(Закінчення. Початок у №5 (8) журналу)

Тема 8. Політичне лідерство

Підтема 1. Теоретичні проблеми політичного лідерства

Поняття політичного лідера як офіційного глави держави, керівника політичної партії чи громадської організації, руху. Політичне лідерство. Поняття і сутність політичного лідерства як процесу взаємодії між людьми, що передбачає легітимний вплив на суспільство чи людей для спільної політичної діяльності. Основні теоретичні концепції політичного лідерства в сучасній зарубіжній політології. Типологія політичного лідерства (за М. Вебером): традиційне, харизматичне, легальне. Лідерська харизма в політиці.

Класифікація політичних лідерів: 1) залежно від ставлення лідера до підлеглих (тоталітарні, авторитарні, диктаторські, олігархічні, демократичні, ліберальні); 2) за соціально-діяльними настановами лідерів (консерватори, реформатори, революціонери); 3) залежно від масштабів (індивідуальне, групове, партійне та загальнонаціональне лідерство); 4) залежно від певних функцій лідерства (адміністратор, агітатор, популіст, теоретик, стратег); 5) залежно від ставлення до власної компетенції (новатор, координатор, консерватор, реформатор, бюрократ); 6) за стилем лідерства (лідер-службовець, демагог, прапорносець, пожежник); 7) за ставленням до існуючої політичної системи (функціональний, дисфункціональний, конформіст, нонконформіст); 8) за стилем психологічної поведінки (депресивний, демонстративний, шизоїдний) та ін.

Авторитет особистості політичного лідера. Політичний лідер, характерні риси і вимоги до лідера, його діяльності, масштабів та рівня

впливу, вміння прогнозувати і контролювати події. Характерні риси політичного лідера: політична воля; відповідальність; наявність чіткої політичної програми; організаторські здібності; популярність. Основні функції політичного лідера: інтеграція суспільства; прийняття оптимальних політичних рішень; соціальний арбітраж і патронаж; комунікація влади і суспільних мас; легітимація політичного ладу; мобілізація мас на реалізацію політичних цілей. Рейтинг політичних лідерів у своїй країні й за кордоном. Проблема культу особи.

Класифікація зарубіжних теорій лідерства: 1) теорії „великої людини” (Ф. Гальтон); 2) теорії оточення-послідовників (Д. Мамфорд); 3) теорії очікування-взаємодії (Д. Хемпфіл); 4) концепції представників психології мас (Г. Лебон); 5) „теорія рис” лідера (Е. Богарус); 6) ситуаційна теорія лідерства (Ф. Фідлер); 7) психоаналітична концепція (З. Фрейд); 8) марксистська теорія та ін.

Підтема 2. Політичне лідерство в сучасній Україні

Політичне лідерство в сучасній Україні. Основні кандидати на посаду Президента України: їх біографії та передвиборчі програми. Політична та ідеологічна ідентифікація, особливості політичної поведінки, ресурси та передвиборчі можливості кандидатів на посаду Президента України.

Рекомендована література:

Підтема 1. Теоретичні проблеми політичного лідерства

1. **Бєбик В. М.** Подготовка и отбор политических лидеров // Персонал. – 1993. – № 3 – 4. – С. 102 – 115.
2. **Блондель Ж.** Политическое лидерство. Путь к всеобъемлющему анализу. – М., 1992.
3. Депутат парламента в зарубєжних государствах / Отв. ред. Ковачев Д. А. – М.: Юридическая литература, 1995. – 112 с.
4. **Дєрkach Ж.** Політичний лідер у ретроспективі // Віче. – 1999. – № 1.
5. **Дубицкая В. П., Тарарухина М. И.** Какого политика можно „продать”? // Социс. – 1998. – № 10. – С. 118 – 127.
6. **Карасева В. Н.** Феномен политического лидера. – М., 2000.
7. **Карол А. О’Конор.** Основы эффективного лидерства. – К.: Британська Рада в Україні, 2000. – 96 с.
8. **Кухта Б., Теплоухова Н.** Політичні еліти і лідери. – Львів, 1997. – 224 с.
9. **Михельс Р.** Вожди и массы // Диалог. – 1990. – № 3, 5, 7, 9.
10. **Пахарев А.** Стиль політичного лідерства: фактори формування та складові // Нова політика. – 2001. – № 5.
11. **Пищулин К. П.** Политическое лидерство и электоральный процесс // Полис. – 1998. – № 5. – С. 145 – 152.
12. Политиками не рождаются: как стать и остаться эффективным политическим лидером / Под. ред. Е. Егоровой-Гантман. – В 2-х т. – М.,

1993.

13. Сало І. Аналіз індивідуальних якостей політичного лідера як суб'єкта політики // Політологічні читання. – 1993. – № 4. – С. 90 – 96.

14. Татенко В. Як стати і бути лідером: поради психолога. – К., 1996.

Підтема 2. Політичне лідерство в сучасній Україні

1. Бандурович О., Стегний А., Чурилов Н. Образ лідера: представлення і предпочтєння жителєв України // Социс. – 2003. – № 3. – С. 38 – 48.

2. Батєнко Т. Опозиційна особистість: друга половина ХХ ст. Політичний портрет Богдана Гориня. – Львів: Кальварія, 1997.

3. Бєкєшкіна І. Чи є в Україні загальнонаціональні лідери? // Політична думка. – 1996. – № 2.

4. Зущик Ю., Кривошєсєнко О., Яблонський В. Фігури. Політичне лідєрство в сучасній Україні. – К., 1999. – 275 с.

5. Кузнєцова С. Мєханізм формування політичного лідєрства в Україні // Нова політика. – 2001. – № 2.

5. Литвин В. Політична арєна України: Дійові особи та виконавці. – К., 1994. – 495 с.

6. Литвин В. М. Україна: політика, політики, власть: На фонє політичєского портрєта Л. Кравчука. – К.: Альтєрнативи, 1997.

7. Пєєдинок В. На хвилі харизми. Депутатський корпус Верховної Ради України I – IV скликань: порівняльний аналіз. // Віче. – 2003. – №10. – С. 34 – 38.

Тєма 9. Іміджелогія політичного лідєрства

Іміджелогія політичного лідєрства як наука, що вивчєє проблеми формування і створєння у суспільній свідомості відповідних образів реальних суб'єктів політики. Поняття іміджу як образу особистості або соціального інституту, який існує у масовій свідомості. Поняття політичного іміджу як образу політики, що цілеспрямовано формуєтьєся з мєтою його популяризації.

Основні типи іміджів, створєні політичною рекламою як психологічні портрєти і стереотипи суспільної свідомості: 1) образ „людини з народу” або „свого хлопця”; 2) імідж „справжнього лідєра”; 3) імідж „ідеального політичного лідєра” (ідеального президента чи ідеального народного депутата України); 4) імідж „доброго сїм'янина”; 5) імідж „місцєвого жителя”; 6) „діловий імідж”; 7) „інтелектуальний імідж”; 8) „політичний імідж”; 9) „аристократ”; 10) „знавєць”; 11) „господарник”; 12) „бїзнесмен”; 13) „силовик”; 14) „технократ-мєнєджер”; 15) „жїночий імідж”.

Характеристика іміджу політика: 1) особистісні якості (рїшучість, привабливість); 2) організаторські, управлінські здібності (компєтєнтність, прийняття рїшень); 3) характеристики, що зближують лідєра з елєкторатом (перєсїчне походження, простота) і т. ін.

Основні види іміджу: пасивний, активний, ситуаційний, реальний, ідеальний; імідж самосприйняття та самоідентифікації кандидата. Основні складові побудови іміджу кандидата: територіальна, професійна, ідеологічна, соціальна, особистісна (якості, риси характеру, зовнішність). Особливості політичного іміджу президента, депутата, мера, міністра. Основні риси характеру, притаманні іміджу ідеального президента чи народного депутата України.

Рекомендована література:

1. **Абашкина Е., Егорова-Гартман Е.** Имидж лидера. – М., 1994. – 264 с.
2. **Амелин В. Н., Левчик Д. А., Устименко С. В.** Воюют надписи. Имидж кандидата и способы его актуализации. – М., 1995.
3. Виктор Ющенко: Феномен или фантом? – К.: Газ. „2000”: Довіра, 2004. – 301 с.
4. **Водотынский Д., Егорова-Гартман Е.** и др. Как делать имидж политика. Психология политического консультирования. – М.: ИМА-пресс, 1995.
5. **Гегель Л. А., Мамедбейли Р. Ш., Московичева Л. Н.** Формирование образа политического лидера в сознании молодых россиян // Социально-гуманитарные знания. – 2002. – № 2. – С. 158 – 170.
6. **Гриценко О.** ...Й на дзеркало не варто нарікати. Політична портретистика та формування іміджу лідера в сучасній Україні. // Віче. – 2003. – № 6 – С. 33 – 38.
7. **Дурдин Д. М.** „Образ” политического лидера и возможности его изменения // Полис. – 2000. – № 2. – С. 133 – 151.
8. **Зливков В.** Выборча кампанія „Президент – 2004”. Тенденції конструювання іміджу вірогідного переможця // Соціальна психологія. – 2004. – № 1. – С. 17 – 30.
9. **Зотова З. М.** Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков. – М.: Знание, 1994.
10. **Левчик Д. А., Левчик Э. Г.** „Человек у власти”: представление оппозиционного электората // Социс. – 1999. – № 6. – С. 35 – 41.
11. **Петракова Є.** Деякі аспекти формування іміджу політичного лідера // Політичний менеджмент. – 2004. – № 2. – С. 109 – 120.
12. **Пищева Т. Н.** „Затрудненное общение” (барьеры в восприятии образов политиков) // Полис. – 2002. – № 5. – С. 158 – 170.
13. Политический имидж: „секреты” манипуляции массовым сознанием (сборник науч. статей; ред.-сост. Е. В. Шмелева). – СПб.: АНО „ГЦПРОС”, 2000. – 167 с.
14. **Почепцов Г. Г.** Имидж и выборы. Имидж политика, партии, президента. – К., 1997.
15. **Почепцов Г. Г.** Имидж: от фараонов до президентов. – К.: АДЕФ –

Україна, 1997.

16. Почепцов Г. Г. Профессия: имиджмейкер. – К., 1998.
17. Старовойтенко Р. Імідж політичної партії як чинник електорального вибору // Нова політика. – 2001. – № 2.
18. Хоменко М. Образ політичного лідера в уявленні студентів // Соціальна психологія. – 2004. – № 1. – С. 46 – 52.
19. Цуладзе А. Формирование имиджа политика в России. – М., 1999. – 144 с.
20. Шестопад Е. Б. Оценка гражданами личности лидера // Полис. – 1997. – № 6. – С. 57 – 79.
21. Шелекасова Н. П. Бессознательные аспекты имиджа политического лидера // Полис. – 2000. – № 4. – С. 130 – 140.
22. Шепель В. М. Имиджология: секреты личного обаяния. – М., 1994.

Тема 10. Теоретичні засади політичного менеджменту

Поняття менеджменту як процесу управління матеріальними та людськими ресурсами в інтересах їх ефективного використання. Менеджмент як соціологічне та соціально-економічне вчення (Тейлор Ф. „Принципи наукового управління”). Основні функції управління: організація, фінанси, виробництво, маркетинг.

Поняття політичного менеджменту. Політичний менеджмент як наукове поняття і соціально-політичне явище. З історії наукової постановки питання про політичний менеджмент взагалі. Політичний менеджмент у вузькому розумінні – як сукупність практичних рекомендацій щодо ефективного управління окремим об'єктом або ділянкою політичної сфери суспільного життя. Політичний менеджмент у широкому розумінні – як сукупність теоретичних положень про загальні проблеми ефективного управління всією політичною сферою.

Основні управлінські функції політичного менеджменту: 1) планувальна – формування цілей об'єкта політичного управління та шляхів і способів їх досягнення; 2) організаційна – виявлення організаційно-„технічної” побудови об'єкта політичного управління, його структурної ієрархії, конкретних повноважень і завдань, специфіки маркетингового простору політичного ринку; 3) мотиваційна – створення для політичних суб'єктів адекватних стимулів, для розгортання належної діяльності на теренах політичного ринку; 4) контрольна – перевірка накреслених планів і цілей політичного суб'єкта з метою виявлення їх гіпотетичної ефективності.

Основні елементи соціотехніки політичного менеджменту як інституту регулювання впливу на людей – правові норми, стимуляційні заохочення, соціопсихологічні маніпуляції, теоретико-політологічний зміст, маркетингове призначення, праксеологічна ефективність. Політико-управлінський інструментарій впливу на людей під час (і напередодні)

політичних кампаній та подій. Індивідуальні та групові суб'єкти політичного маркетингу і менеджменту. Засоби заохочення і застереження (санкціонування) від неадекватної діяльності в політичних кампаніях і подіях.

Рекомендована література:

1. **Бебик В. М.** Політичний менеджмент і маркетинг. – К., 1996. – 144 с.
2. **Бельков О.** Конфликтологический инструментарий политического менеджмента // Власть. – 2003. - № 11. – С. 27 – 32.
3. **Головатий М. Ф.** Мистецтво політичної діяльності: Навч. посібник – К.: МАУП, 2002.
4. **Капустин Б. Г.** Грядущие выборы и правила шумпетерианской демократии. // Идеология и политика в посткоммунистической России. – М., 2000.
5. **Кузьмин Н.** Психотехнологии и эффективный менеджмент. – М., 1992.
6. **Куртов А., Каган М.** „Охота на дракона”. Размышления о выборах и политическом консультировании. – М.: ВШЭ, 2002.
7. Планирование политических кампаний: Пособие. – М.: Международный республиканский институт, 1994.
8. Политический консультант в российских избирательных кампаниях: Психологическое пособие для политиков и политических консультантов. – М.: ИМА-пресс, 1995.
9. Политический риск: анализ, оценка, прогнозирование, управление. – М., 1992.
10. Политическое консультирование / Отв. ред. Е. Егорова-Гантман, И. Минтусов. – М., 1999. – 471 с.
11. Политический менеджмент. Учебное пособие. / Под ред. В. И. Жукова. – М.: Изд-во психотерапии, 2004. – 944 с.
12. **Пушкарева Г. В.** Политический менеджмент: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2002. – 400 с.
13. Справочник по политическому консультированию / Под ред. проф. Дэвида Д. Перлматтера: Пер. с англ. – М.: Консалтинговая группа „Имидж-Контакт”, „ИНФРА-М”, 2002.
14. **Цветнов А. В.** Управление социально-политическими процессами: технология избирательных кампаний, лоббирования, общественной деятельности. – М., 1995. – 132 с.

Тема 11. Менеджмент правлячої команди

Менеджмент правлячої команди (правлячого кабінету). Поняття правлячої команди як керівних структур різного рівня: 1) національний уряд (кабінет міністрів); 2) адміністрація президента; 3) колегія

міністерства, відомства та ін.; 4) регіональний уряд (держадміністрація, виконком відповідної ради народних депутатів); 5) правління політичної партії, громадської організації, банку, фірми і т. ін.

Формування та організація роботи правлячої команди. Функціональний склад правлячої команди: „голова”, „секретар”, „генератор ідей”, „скептик-аналітик”, „організатор”, „інформатор”, „психолог”.

Інформаційне забезпечення роботи правлячої команди. Основні цілі інформаційної системи: 1) запобіжно-попереджувальна („сигнал тривоги”); 2) освітня (компетентна оцінка фахівців); 3) прогнозна (інформація про можливі дії для впливу на зміну ситуації). Структурно-функціональна схема інформаційно-дослідницької служби. Основні джерела інформації: традиційні (державні органи) та альтернативні.

Проблема побудови ефективної інформаційно-функціональної моделі прийняття політичних рішень. Вибір моделі і технології прийняття урядових рішень. Основні етапи процесу прийняття політичного, урядового чи іншого рішення: 1) збирання, опрацювання та інтерпретація інформації; 2) виділення альтернативних проектів рішень; 3) вибір остаточного варіанта рішень із наявних альтернатив; 4) реалізація на практиці прийнятого рішення; 5) контроль за його виконанням; 6) коригування (в разі потреби) цього рішення.

Три типові моделі прийняття політичних рішень: 1) „формальна модель” Г. Трумена, Д. Ейзенхауера; 2) „змагальна модель” Ф. Рузвельта; 3) „колегіальна модель” Дж. Кеннеді. Порівняльний аналіз моделей прийняття рішень в адміністраціях президентів України Л. Кравчука та Л. Кучми. „Змагальна модель” Л. Кравчука і „формальна модель” Л. Кучми.

Рекомендована література:

1. Актуальні проблеми державного управління: Зб. наук. праць – Вип. 1 (7). – Д.: Дніпр. регіон. ін-т держ. упр. УДАУ, 2002. – 248 с.
2. **Алексеева Т.** Легітимність влади у період транзиту // Політична думка. – 1998. – № 3 – 4. – С. 109 – 119.
3. **Баймуратов М. А.** Европейские стандарты локальной демократии и местное самоуправление в Украине. – Х.: Одиссей, 2000. – 80 с.
4. **Бебик В. М.** Менеджмент правлячої команди. Розділ III. § 3 // Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент. – К., 1996. – С. 80 – 99.
5. **Бебик В. М.** Організація роботи правлячого кабінету: соціопсихологічний та інформаційний аспекти // Політологічні читання. – 1993. – № 1. – С. 90 – 104.
6. **Валевський О. Л.** Державна політика в Україні: методологія аналізу, стратегія, механізми впровадження: Монографія. – К.: Нац. ін-т стратегічних досл., 2002. – 242 с.

7. **Василенко В. И.** Административно-государственное управление в странах Запада: США, Великобритания, Франция, Германия: Учебное пособие. – М.: Логос, 2000. – 200 с.
8. Вироблення державної політики. Аналітичні записки / Укл. О. І. Кілієвич, В. Є. Романов. – К.: Вид-во „КІС”, 2003. – 346 с.
9. **Гонцяж Я., Гнилюк Н.** Свобода інформації та виконавча гілка влади: правові норми, інституції, процедури, – К.: Міленіум, 2002. – 240 с.
10. **Демченко С. В.** Місце сучасних політтехнологій в процесі регіонального будівництва. // Грані. – 2003. – №2 (28).
11. Державне управління в Україні: наукові, правові, кадрові та організаційні засади: Навч. посібник / За ред. Н. Р. Нижник, В. М. Олуйка – Л.: Львівська політехніка, 2002. – 352 с.
12. **Зеленцов А. Б.** Контроль за деятельностью исполнительной власти в зарубежных странах: Учеб. пособие. – М.: Изд-во РУДН, 2002. – 190 с.
13. **Зеленько Г. І.** Україна – Польща: політико-владні структури в умовах модернізації // Людина і політика. – 2000. – № 2. – С. 28 – 34.
14. **Кампо В.** Європейська модель місцевого самоврядування: проблеми і перспективи її реалізації в Україні // Українсько-Європейський журнал міжнародного та порівняльного права. – 2001. – Т. 1. – Вип. 2. – С. 71 – 84.
15. **Климчук В.** Парламентсько-президентська республіка // Сучасність. – 2003. – № 3. – С. 63 – 65.
16. **Коваленко А.** Відповідальність виконавчої влади: порівняльно-політологічний аспект // Віче. – 2001. – № 11 – С. 11 – 20.
17. **Коваленко А. А.** Розвиток виконавчої влади в Україні на сучасному етапі: теорія і практика. Монографія. – К., 2002. – 264 с.
18. **Колодій А.** На шляху до громадянського суспільства. Теоретичні засади й соціокультурні передумови демократичної трансформації в Україні: Монографія. – Л.: Червона Калина, 2002. – 276 с.
19. **Кооиман Я.** Общественно-политическое правление (Social-political governance). // Государственное управление. Словарь-справочник. – СПб., 2001.
20. **Королько В.** Порівняльний аналіз форм державного правління і український тип демократії // Схід. – 1996. – № 7. – С. 1 – 11.
21. **Малиновський В. Я.** Децентралізація влади і становлення місцевого самоврядування в Україні: порівняння з досвідом Франції // Командор. – 1998. – № 1. – С. 17 – 18.
22. **Мельниченко В.** Розподіл і єдність влади: Зарубіжна практика і потреби України // Віче. – 1998. – № 9.
23. **Міллер Жак.** Політико-адміністративні системи країн ЄС (порівняльний аналіз). – К.: Основи, 1996.
24. **Петров О.** Суб'єкти політичного менеджменту в регіоні // Політичний менеджмент. – 2004. – № 2. – С. 28 – 34.
25. Правительство, министерство и ведомства в зарубежных странах.

– М.: Юридическая литература, 1994. – 346 с.

26. **Пронкин С. В., Петрунина О. Е.** Государственное управление зарубежных стран: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 416 с.

27. **Проценко Т. О.** Органи виконавчої влади в регіонах України: шляхи вдосконалення. Монографія. – Ірпінь: Академія ДПС України, 2002. – 241 с.

28. **Савин В. И.** Ответственность государственной власти перед обществом // Государство и право. – 2000. – № 12.

29. **Сморгунов Л. В.** Сравнительный анализ политико-административных реформ: от нового государственного менеджмента к концепции „governance”. // Полис. – 2003. – № 4. – С. 50 – 58.

30. **Сморгунов Л. В.** Управление в условиях неопределенности: В поисках моделей устойчивого развития. // Сравнительное государственное управление: теория, реформы, эффективность. – СПб., 2000.

31. Територіальна організація влади в Україні: Статус і повноваження місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування / За заг. ред. А. П. Зайця. К.: Ін-Юре, 2002. – 928 с.

32. Технологии политической власти: зарубежный опыт. Книга-дайджест. – К., 1994.

33. **Ткачук А. Ф., Агранофф Р., Браун Т.** Місцеве самоврядування: світовий та український досвід: Посібник. – К.: Заповіт, 1998. – 185 с.

34. **Уткін Є. А.** Світовий досвід в сфері державного управління та його кадрова складова. – Одеса: УАДУ ОРІНДУ, 2001. – 90 с.

35. **Черкасов А. И.** Сравнительное местное управление: теория и практика. – М.: ФОРУМ – ИНФРА М, 1998. – 160 с.

36. **Шадрин А. Е.** Направления и параметры российской административной реформы. // Полис. – 2003. – № 4. – С. 59 – 70.

37. **Энтин Л. В.** Разделение властей: опыт современных государств. – М.: Юридическая литература, 1995. – 176 с.

Тема 12. Менеджмент виборчої кампанії

Підготовка до виборів. Основні етапи підготовки до політичних виборів. Формування команди політичного лідера-претендента. Необхідність створення мобільної й високопрофесійної команди. Склад команди: довірені особи та центральні і регіональні групи підтримки. Юрисконсульт виборчої кампанії. Комерційний директор виборчої кампанії. Керівник групи добровольців. Відповідальний за зв'язки з громадськістю (прес-секретар). Керівник штабу. Керівник групи підтримки та його заступники. Неформальні групи підтримки. Групи прихильників, групи „швидкого реагування”. Групи організаційно-методичного і наукового забезпечення виборів. Організатор збирання підписів. Керівник програми розповсюдження листівок. Керівник дня виборів.

Поняття виборчої кампанії як скоординовані публічні зусилля з метою мобілізації підтримки кандидата виборцями і забезпечення його перемоги у день виборів. Ресурси виборчої кампанії: час, кошти, люди та їхні таланти. Особливості виборчої кампанії. Основні чинники успіху виборчої кампанії: 1) особистість кандидата; 2) специфіка оточення (кількість виборців, географічні та демографічні особливості виборчого округу тощо); 3) політична стратегія і тактика.

Загальні принципи організації виборчої кампанії: 1) складання плану організаційних питань та загальної стратегії проведення виборчої кампанії; 2) врахування конкретної ситуації під час проведення виборчої кампанії; 3) створення високопрофесійної команди; 4) дотримання певних правил гри.

Розробка стратегії і тактики виборчої кампанії. Основні елементи стратегії виборчої кампанії: 1) формування позитивного іміджу кандидата; 2) сприяння створенню негативного іміджу конкурентам; 3) створення міжособистісного контрасту; 4) створення ідеологічного контрасту; 5) ставка на головну проблему; 6) декларація причетності; 7) утворення передвиборчих коаліцій; 8) ставка на владні та суспільно-політичні структури; 9) ставка на засоби масової інформації; 10) деморалізація конкурентів; 11) згуртування та організація прихильників.

Складання організаційної схеми виборчої кампанії. Три основні типи схем при плануванні організації будови виборчих кампаній: базова, середня та розвинута організаційні схеми.

Тактичні аспекти виборчої кампанії: 1) добір і організація роботи „апаратної” частини команди; 2) побудова графіка виступів кандидата перед виборцями; 3) вирішення проблем матеріально-фінансового і транспортного забезпечення виборчої кампанії; 4) розробка засобів і форм протидії конкурентам; 5) організація виступів кандидата у засобах масової інформації; 6) налагодження контактів з громадськістю та суспільно-політичними структурами.

Рекомендована література:

1. **Аверин Ю. П., Слепенков И. М.** и др. Избирательная кампания: стратегия, тактика, психологические аспекты. – М., 1995.

2. **Автономов А. С., Морозова Е. Г.** Избирательная кампания: Основные категории и институты избирательного права. Менеджер избирательной кампании. – М., 1995.

3. **Амелин В. Н.** Особенности избирательной кампании по выборам Президента России и мэра в г. Москве // Региональные выборы в России. – М., 1996.

4. **Баранов С. Д.** Финансирование избирательных кампаний и группы давления // Вестник МГУ. Серия 18. Социология и политика. – 1998. –

№ 4. – С. 83 – 90.

5. **Бебик В. М.** Маркетинг і менеджмент виборчої кампанії (методичні рекомендації). – К.: МАУП, 1997. – 122 с.

6. **Бебик В. М.** Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному Олімпі (Соціопсихологія і технологія політичної боротьби). – К., 1993. – 128 с.

7. **Белкин С. В., Воронин В. В.** Начальные процедуры разработки задания на проектирование выборной кампании // Выборы в органы власти современной России: Проблемы теории и практики. – М.: ИСПТ, 1996.

8. **Борисова Н. В., Наумов В. И., Пуздрач Ю. В.** Пусть победит достойный. Избирательная кампания: выдвижение, агитация, выборы. – М., 1996.

9. **Васильев В. И., Постников А. Е.** Путеводитель по избирательной кампании: Пособие для кандидатов, избирательных кампаний и избирательных блоков. – М.: Институт развития избирательных систем, 1999.

10. **Гельман В. Я.** Избирательные кампании в России: испытания электоральной формулы // Полис. – 1996. – № 2. – С. 84-100.

11. **Гладков П. В., Кудинов О. П.** Как стать губернатором. Алгоритм победы на выборах. – М.: Издательский дом „Люди”, 2000.

12. **Головатий М. Ф.** Мистецтво здобувати владу. // Політичний менеджмент. – 2003. – № 1. – С. 49 – 58.

13. **Гоулд Ф.** Стратегическое планирование избирательных кампаний // Полис. – 1993. – № 4. – С. 134 – 145.

14. **Жуков К., Карнышев А.** Азбука избирательной кампании. Организационно-методические и социально-психологические аспекты (учеб. пособие). М.: ИМА-Пресс, 2001. – 327 с.

15. **Застрожная О. К.** О некоторых проблемах в избирательных кампаниях последних лет. // Избирательная кампания: взгляд изнутри. – М., 2002.

16. Избирательные кампании: подготовка, организация, проведение: Методическое пособие / Ред.-сост. В. С. Комаровский – М., 1995.

17. **Кесельман Л. Е., Мацкевич М.** Масова комунікація і виборча кампанія // Філософська і соціологічна думка. – 1994. – № 9 – 10. – С. 25 – 56.

18. **Ковлер А. Н.** Избирательная кампания: организация и методы работы с избирателями. – М., 1995.

19. **Кориженко Д.** Управління виборчим процесом // Часопис „Парламент”. – 2003. – № 6. – С. 32 – 36.

20. **Королько В.** Передвиборча комунікаційно-агітаційна кампанія: політичний феномен, структура, функції // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. – №1.

21. **Левчик Д. А.** Наука побеждать на выборах: рекомендации по

организации агитационной работы в ходе предвыборной кампании. – М., 1991.

22. **Лісіцин В. В.** Детермінанти оптимізації виборчої діяльності українського суспільства. // Нова парадигма.– Вип. 23. – Політологія. – 2002. – С. 123 – 133.

23. **Лысенко В.** Выборы в представительные органы власти в новой Европе: политический опыт и тенденции 80 – 90-х годов. – М., 1994.

24. **Любашевский Ю. Я.** Как самому проиграть выборы в Государственную Думу. Вредные советы кандидатам. – 2003. М.: НИПТ – Русская школа PR, 2002.

25. **Мирошниченко А. А.** Выборы от замысла до победы. (Предвыборная кампания в российском регионе). – М.: Изд-во „Центр”, 2003. – 304 с.

26. **Наполитан Дж.** 100 советов по организации избирательной кампании. – М.: Арктур, 1993.

27. **Недяк И. Л.** Выборы: планирование и организация политической кампании. – М., 1995.

28. **Пейн К., Хед, О’Коннел Ш.** Стратегия планирования избирательной кампании. – М.: Национальный демократический институт международных отношений (США), 1995.

29. **Петров О., Полторак В.** Проблеми стратегічного планування президентської виборчої кампанії // Соціологія: теорія, методи, маркетинг.– 1999.– №3. – С. 41 – 66.

30. **Підлуська І.** Партійне ноу-хау перед початком кампанії: парад нестандартних PR-акцій // Телерадіокур’єр. – 2001. – № 5. – С. 32 – 34.

31. Президентские выборы. (Социальный психоанализ). – М.: ИДФ, 1996.

32. **Радунські П.** Проведення виборчої кампанії – форма політичної комунікації. // Політичні партії у демократичному суспільстві. – К., 2001.

33. **Рябець М. М.** Центральна виборча комісія: віхи становлення та розвитку: Статті, доповіді, виступи, інтерв’ю. – К.: Видавничий дім „Альтернативи”, 2003. – 600 с.

34. **Слепешов И. М., Аверин Ю. П., Усманов Б. Ф.** и др. Избирательная кампания: стратегия, тактика, психологические аспекты. – М.: Российский Центр избирательных технологий при Центральной избирательной комиссии РФ, 1995.

35. Стратегия планирования избирательной кампании. – М.: Национальный демократический институт международных отношений, 1999.

36. **Томенко М.** Особливості національної виборчої кампанії. // Політичний портрет України. – 1999. – № 21. – С. 6 – 17.

37. **Фаер С. А.** Приемы стратегии и тактики предвыборной борьбы: PR-секреты общественных отношений. – СПб.: Стольный град, 1998.

38. **Шендера В. К.** Организация предвыборных кампаний: Учебное пособие. – М.: РАГС, 1995.

Тема 13. Політичне маніпулювання**Підтема 1. Маніпуляція суспільною свідомістю**

Поняття маніпуляції як нав'язування маніпулятором своєї волі у формі прихованого впливу. Основа маніпуляції – експлуатація емоцій людини. Основні види маніпуляцій: міжособистісні, масові, політичні. Поняття „політичне маніпулювання” як приховане управління політичною свідомістю та поведінкою людей з метою примусити їх до дії або бездіяльності всупереч їх власним інтересам. Способи політичного маніпулювання: 1) пряма підтасовка фактів; 2) замовчування невігідної інформації; 3) упереджена інтерпретація фактів; 4) надання сфальсифікованої інформації; 5) навіщування ярликів для компрометації політиків; 6) використання групових інтересів та ін.

Маніпуляція суспільною свідомістю. Основні засоби маніпуляції: 1) мовні (використання певних штампів, термінів, ідеологічних та політичних кліше); 2) немовні (блокування чи затримання „невігідної” інформації; викладання інформації у сприятливому для себе контексті); 3) активні (насадження стереотипів і цінностей); 4) пасивні (фрагментарність інформації).

Основні технології політичних маніпуляцій: паблік рілейшнз (PR), політична реклама та пропаганда. Маніпуляції як засіб приходу до влади, засіб реалізації влади, засіб збереження влади. Технічні прийоми маніпулювання. Маніпулятивний потенціал засобів масової інформації. Маніпуляції ЗМІ за допомогою масових опитувань громадської думки напередодні виборів. Роль засобів масової інформації як „четвертої” влади. Засоби масової інформації (ЗМІ) як розгалужена система установ, що здійснюють збирання, опрацювання та поширення інформації. Основні функції ЗМІ: інформаційна; освітня; мобілізаційна; оперативна; соціалізація, критики і контролю. Маніпулятивні можливості політичної мови.

Пропаганда як засіб політичної маніпуляції та вид масової комунікації. Основні типи пропаганди: позитивна (конструктивна) та негативна (деструктивна).

Підтема 2. Електоральна поведінка

Поняття електоральної поведінки. Показники електоральної поведінки: участь у президентських виборах; участь у виборах до вищих і місцевих органів влади. Теорії електоральної поведінки в західній науці: 1) статусна теорія електоральної поведінки (С. Ліпсет, С. Роккан); 2) соціально-психологічна теорія партійно-ідеологічної ідентифікації (А. Кемпбелл); 3) теорія раціонального вибору чи економічного голосування (Е. Даунс).

Види досліджень електоральної поведінки: 1) базові соціологічні дослідження передвиборчої ситуації; 2) рейтингові (прогнозні) дослідження; 3) „exit poll” як опитування виборців у день голосування на виборчих дільницях; 4) поствиборчі соціологічні дослідження (через кілька

тижнів чи місяць після виборів).

Поняття політичної поведінки. Форми політичної поведінки. Активна політична позиція. Позиція „політичної апатії”. Типи політичної поведінки: 1) конформізм; 2) політична індиферентність; 3) політичний радикалізм; 4) протестна політична поведінка.

Рекомендована література:

Підтема 1. Маніпуляція суспільною свідомістю

1. **Геслі В.** Чинники впливу на голосування українських виборців // Політична думка. – 2000. – № 3. – С. 20 – 44.
2. **Доценко Е. Л.** Психология манипуляции. – М.: Че Ро, 1997.
3. **Жданов І.** Свідомий вибір чи маніпулювання масовою свідомістю // Нова політика. – 2002. – № 1.
4. **Кара-Мурза О. Г.** Манипуляция сознанием. – К.: Оріяни, 2000.
6. Политический имидж: „секреты” манипуляции массовым сознанием (Сборник науч. статей; ред.-сост. Е. В. Шмелева). СПб.: АНО „ГЦРОС”, 2000. – 167 с.
7. **Полуэктов А.** Полевые манипулятивные технологии. Настольная книга менеджера избирательных кампаний. – М.: Русская панорама, 2003. – 464 с.
8. **Почепцов Г. Г.** Паблик рилейшнз, или Как успешно управлять общественным мнением. – М., 1998.
9. **Солонская С. А., Недбаевский С. Д.** Практика манипулирования массовым сознанием в СМИ и способы ее нейтрализации. // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – Збірник наукових праць Інституту міжнародних відносин Київського національного університету ім. Т. Шевченка, 2002. – Вип. 36., ч. 1. – С. 105 – 126.
10. **Цуладзе А.** Политические манипуляции, или Покорение толпы. – М.: Книжный дом „Университет”, 1999. – 144 с.
11. **Цуладзе А. М.** Большая манипулятивная игра. – М.: Алгоритм, 2000.
12. **Шапмань П.** Делать мнение: новая политическая игра. – М., 1997. – 198 с.

Підтема 2. Електоральна поведінка

1. **Афанасьев М.** Поведение избирателей и электоральная политика в России // Полис. – 1995. – № 3. – С. 105-116.
2. **Бирюков Н. И.** Возможно ли в современной России прогнозировать массовое электоральное поведение? // Полис. – 1997. – № 1.
3. **Ваньков В. А.** Поведенческая структура в электоральном поведении (По материалам парламентских выборов в России) // Полис. – 2003. – № 6. – С. 88 – 104.
4. **Васютинський В.** Про особливості електорального самовизначення

громадян України // Українські варіанти. – 1998. – № 1. – С. 37 – 41.

5. **Вишняк О.** Електоральна поведінка українців і росіян: партійна усталеність та межі ідеологічного голосування // Розбудова держави. – 1999. – № 1/6. – С. 33 – 37.

6. **Гудина Ю. В.** Активность российских избирателей: теоретические модели и практика. // Полис. – 2003. – № 1. – С. 112 – 123.

7. **Мелешкина Е. Ю.** Исследования электорального поведения: теоретические модели и проблемы их применения // Ильин М. В. (ред.) Зарубежная политология XX столетия. – М., 2001.

8. **Мелешкина Е. Ю.** Формирование партийных предпочтений избирателей в посткоммунистических странах Восточной Европы: основные концепции // Выборы в посткоммунистических обществах. Сборник ИНИОН РАН. / Отв. Ред. и сост. Е. Ю. Мелешкина. – М., 2000.

9. **Нечаев В. Д.** Избиратель: покупатель, продавец или вкладчик? // Полис. – 2001. – № 6. – С. 40 – 50.

10. **Паппи Ф. У.** Политическое поведение: мыслящие избиратели и многопартийные системы // Гудин Р., Клингеманн Х. Д. (ред.). Политическая наука: новые направления. – М., 1999.

11. **Пушкарева Г. В.** Изучение электорального поведения: контуры когнитивной модели. // Полис. – 2003. – № 3. – С. 120 – 130.

12. **Сергеева Е. Я.** О методологии исследований электорального поведения россиян // Социс. – 1996. – № 7. – С. 115 – 118.

13. **Тавокин Е. П.** Социологические прогнозы электорального поведения // Социс. – 1996. – № 7. – С. 15 – 20.

14. **Шайгородський Ю.** Електоральні настрої: травень 2004 // Політичний менеджмент. – 2004. – № 3. – С. 172 – 175.

15. **Шевченко Ю. Д.** Между экспрессией и рациональностью: об изучении электорального поведения в России // Полис. – 1998. – № 1. – С. 130 – 136.

16. **Шестопал Е. Б.** Электоральный авторитаризм: казахстанский вариант // Полис. – 2002. – № 6. – С. 172 – 175.

Тема 14. Виборчі технології

Поняття політичних технологій як сукупності методів і систем послідовних дій, спрямованих на досягнення необхідного політичного результату. Виборчі технології. Обрання виборчого округу для балотування: 1) ретельне вивчення політико-географічних параметрів виборчого округу; 2) врахування соціально-демографічних параметрів населення; 3) вивчення політичних традицій голосування електорату на попередніх виборах; 4) знання про діяльність основних впливових в даному окрузі громадсько-політичних структур; 5) пошуки активних і дієвих груп підтримки в окрузі. Дотримання процедури висування та реєстрації кандидатом у відповідній округній комісії. Організація передвиборчої

агітації. Основні правила побудови передвиборчих листівок.

Ключові умови ефективного використання сил добровольців: 1) створення системи залучення добровольців; 2) підтримка постійних зв'язків з добровольцями; 3) розробка програми зацікавлення добровольців.

Поняття виборчої інженерії як легального засобу впливу на виборчий процес. Виборча інженерія як вид політичної технології та засіб у боротьбі за владу. Виборча інженерія як пристосування виборчих процедур до реалізації інтересів правлячих політичних еліт щодо завоювання та збереження влади у державі, регіоні, місті тощо. Виборча інженерія як професійне порівняльне дослідження ситуації в різних виборчих округах і вироблення рекомендацій претенденту для підвищення його шансів на обрання. Виборча інженерія в політичному маркетингу: сутність, система, різновиди.

Основні методи виборчої інженерії: 1) вибір відповідного часу проведення виборів; 2) зміна виборчих процедур; 3) маніпуляція кордонами виборчих округів; 4) стимуляція і переміщення виборців з одних виборчих округів до інших; 5) підбір складу лояльних до влади виборчих комісій. Основні складові виборчої інженерії: 1) створення іміджу кандидата чи партії; 2) розробка тактики виборчої кампанії; 3) вивчення виборчого корпусу шляхом зіставлення технологічних карт електорату по округах тощо.

Рекомендована література:

1. **Амелин В. Н., Устименко С. В.** Технология избирательной кампании. – М.: Союз, 1993.
2. **Бибик В. М.** Воля виборців і виборча інженерія // Політика і час. – 1993. – № 7. – С. 50 – 52.
3. **Бибик В. М.** Як стати популярним, перемогти на виборах і утриматись на політичному Олімпі (Соціопсихологія і технологія політичної боротьби). – К., 1993. – 128 с.
4. **Біденко С. В.** Інтернет у виборчих технологіях: час цивілізувати практику // Наукові записки. Збірник. – Серія „Політологія і етнологія”. – Випуск 11. – К.: ІПіЕНД, 2000. – С. 323 – 329.
5. **Варій М.** Психологія та виборчі технології: Навчально-методичний посібник. – Л.: СПОЛЛОМ, 2002. – 230 с.
6. **Вешняков А.** Международные избирательные стандарты // Международная жизнь. – 2001. – № 3.
7. Виборчі технології у дзеркалі математики. / Ред. В. П. Михайленко. – К.: Ін-т відкритої політики, 1999.
8. **Власенко О.** Політика „за склом”, або Таємниці виборчих технологій: Наук. Вид. – К.: Вид-во „Знання України”, 2003. – 96 с.

9. **Душин И., Сысун А., Ложкин Б.** Выборы: технологии избирательных кампаний. – Х., 1998. – 160 с.
10. **Зацевский П. Г., Зворыкин А. В., Мироненко С. В.** Избирательные технологии: 100 вопросов и ответов... – М.: ТОО „Поматур”, 1999.
11. **Зотова З. М.** Избирательная кампания: технологии проведения. – М., 1995.
12. **Иванов В. Н., Матвиенко В. Я., Патрушев В. И., Молодых И. В.** Технологии политической власти: зарубежный опыт. – К., 1994.
13. Избирательные технологии и избирательное искусство: Сб. статей // Под общ. ред. Устименко С. В. – М.: РОССПЭН, 2001. – 176 с.
14. **Ковлер А. И.** Избирательные технологии: российский и зарубежный опыт. – М.: Институт государства и права РАН. – М., 1997. – 216 с.
15. **Кочубей Л.** Виборчі технології – не виборчі маніпуляції // Віче. – 2003. – №8. – С.10 – 13.
16. **Кочубей Л.** Виборчі технології як механізм досягнення політичного результату // Людина і політика. – 2003. – № 4. – С. 56 – 62.
17. **Кошелюк М. Е.** Выборы: магия игры. Технология победы. – М.: Макцентр, 2000.
18. **Кутырев П. П.** Технология победы на выборах. – М., 1999. – 96 с.
19. **Лебедева Т. Ю.** Путь к власти. Франция: выборы президента. – М., 1995.
20. **Лісничук О.** Уроки французької президентської кампанії // Нова політика. – 2002. – № 2. – С. 5 – 9.
21. **Лисовский С. Ф., Евстафьев В. А.** Избирательные технологии: история, теория, практика. М.: РАУ-Университет, 2000. – 320 с.
22. **Максимов А. А.** „Чистые” и „грязные” технологии выборов: российский опыт. – М.: Дело, 1999. – 448 с.
23. **Максимов А. А., Румянцев О. Г.** Как победить на выборах: опыт и методология восьми успешных избирательных кампаний в России. – М., 1995.
24. **Малкин Е., Сучков Е.** Основы избирательных технологий. – М.: Русская панорама, 2002.
25. **Малкин Е., Сучков Е.** Основы избирательной технологии и партийного строительства. – М.: Русская панорама, 2003. – 480 с.
26. Материалы IV Международной конференции „Новые избирательные технологии. Управление политическим имиджем и политическим брендом” (Москва, 4 – 5 июля 2002 г.) // Политический маркетинг. – 2002. – № 7. – С. 6 – 33; № 8. – С. 14 – 40; № 9. – С. 4 – 28; № 10. – С. 4 – 30.
27. **Михайленко В. С.** Аналіз виборчих технологій (Росія, Україна, США) // Актуальні проблеми політики. – Вип. 10 – 11. – 2001. – С. 321 – 325.
28. **Натансон Л.** Выборы главы Правительства Израиля. (Технологии электоральных сегментов – на примере выходцев из бывшего СССР) //

Политический маркетинг. – 2002. – № 11. – С. 61 – 68.

29. **Парамонов Д. О., Кириченко В. В.** Методы фальсификации выборов. – М., 2003. – 76 с.

30. **Петров О. В.** Социологические избирательные технологии. – Днепропетровск: Арт-Пресс, 1998. – 164 с.

31. **Полуэктв В. В.** От двери к двери: полевые технологии в избирательной кампании. – М.: Русская панорама, 2002.

32. **Пониделко А. В., Лукашев А. В.** „Черный PR” как способ овладения властью, или Бомба для имиджмейкера. – СПб., 2000. – 176 с.

33. **Почепцов Г. Г.** Как становятся президентами: избирательные технологии XX века. – К.: Т-во „Знання України”, 1999. – 380 с.

34. **Сарторі Дж.** Порівняльна конституційна інженерія: виборчі системи, президентське і парламентське правління / Пер. з англ. – К., 2001.

35. **Сегела Ж.** Национальные особенности охоты за голосами. – М.: Вагриус, 1999.

36. Технология и организация выборов кампаний. Зарубежный и отечественный опыт. – М.: Российская академия управления, 1993.

37. **Томенко М.** Політичні технології у виборчій кампанії Президента / Політична думка. – 1999. – № 3. – С. 38 – 43.

38. **Фаер С.** Приемы стратегии и тактики предвыборной борьбы – СПб.: Стольный град, 1998.

39. Шлях до перемоги. Технологія виборчої кампанії. – К., 1993.

Тема 15. Політичні конфлікти

Підтема 1. Сутність, типологія та функції політичних конфліктів

Поняття конфлікту як зіткнення і протидія. Структурні елементи конфлікту: суб'єкти конфлікту; предмет та об'єкт конфлікту; конфліктна свідомість; конфліктна поведінка. Поняття і зміст політичного конфлікту. Політичні інтереси і суперечності як передумова виникнення політичних конфліктів. Предмет політичного конфлікту. Об'єкти і суб'єкти політичного конфлікту. Соціальна напруженість та політична нестабільність – умови виникнення політичних конфліктів. Конфлікт і криза як форми політичного розвитку. Основні стадії (фази) розвитку політичного конфлікту: 1) передконфліктна стадія (дві фази: конфліктна ситуація та інцидент); 2) конфліктна стадія (дві фази: пряма конфронтація сторін та ескалація конфлікту); 3) стадія врегулювання конфлікту (дві фази: пошуки компромісу та досягнення консенсусу); 4) післяконфліктна стадія (дві фази: часткова та повна нормалізація відносин).

Особливості політичних конфліктів. Конфліктогенні чинники. Причини виникнення та ескалації політичних конфліктів: об'єктивні і суб'єктивні.

Типологія політичних конфліктів. Класифікація різновидів політичних конфліктів за різноманітними критеріями: 1) за сферами проявів (соціальні, політичні, економічні, етнополітичні, міжнародні, релігійні,

побутові, шлюбно-сімейні, міжособистісні); 2) за причинами виникнення (справжні і несправжні); 3) за джерелами їх виникнення (конфлікти інтересів, цінностей, ідентифікацій); 4) за характером походження (реальні, вигадані, спровоковані, випадкові); 5) за кількістю учасників (суб'єктів) конфлікту (моносуб'єктні, біполярні, полісуб'єктні); 6) за часовим критерієм (миттєві, короткотривалі, середньо- та довготривалі); 7) за географічним критерієм (локальні, регіональні, континентальні, глобальні); 8) за ступенем їх вияву (приховані, латентні та відкриті); 9) за спрямованістю впливу (вертикальні, горизонтальні, діагональні); 10) за рівнем насилля (ненасильницькі, потенційно насильницькі та збройні); 11) за характером перебігу (керовані та некеровані); 12) за рівнем інтенсивності („холодні”, „гарячі” та „пожежні”); 13) за соціальними наслідками (конструктивні, позитивні, деструктивні, негативні; змішані – деструктивно-конструктивні); 14) за масштабністю проявів (зовнішньополітичні: міжнародна криза, війна; внутрішньополітичні: путчі, заколоти, перевороти, повстання, громадянські війни, соціальні революції; політичні кризи: урядові, парламентські, конституційні, загальнонаціональні).

Основні парадигми: конфліктологічна, консенсусологічна; конфліктологічно-консенсусологічна. Головні функції політичних конфліктів: 1) конструктивні; 2) деструктивні; 3) дуалістичні, деструктивно-конструктивні.

Загальна характеристика основних концепцій конфліктів (теорія структурного функціоналізму; позитивно-функціонального конфлікту Л. Козера; конфліктної моделі суспільства Р. Дарендорфа і загальної теорії конфлікту К. Боулдінга).

Підтема 2. Основні шляхи врегулювання політичних конфліктів

Управління політичними конфліктами. Основні етапи управління політичними конфліктами: 1) прогнозування; 2) запобігання ескалації конфліктів чи її стимулювання; 3) врегулювання; 4) розв'язання. Типові стратегії поведінки учасників конфлікту: суперництво; уникнення; пристосування; співпраця (консенсус); взаємодія (компроміс).

Методи запобігання та шляхи розв'язання політичних конфліктів. Міфологізована свідомість як джерело конфліктів. Політика як мистецтво розв'язання політичних конфліктів. Форми розв'язання і прогнозування для попередження, запобігання та розв'язання політичних конфліктів. Політичні і правові шляхи (способи) розв'язання політичних конфліктів. Основні фази процесу розв'язання конфліктів: 1) фаза прийняття рішення; 2) фаза його практичної реалізації; 3) прями переговори між конфліктуючими сторонами; 4) залучення посередників (медіаторів).

Головні критерії ефективності управління політичними конфліктами: 1) надійність їх прогнозування; 2) запобігання ескалації; 3) утримання в цивілізованих рамках; 4) конструктивне розв'язання; 5) висока культура

управління політичними конфліктами; 6) задоволення учасників конфлікту досягнутими домовленостями.

Рекомендована література:

Підтема 1. Сутність, типологія та функції політичних конфліктів

1. **Бабієва А.** Катастрофогенний чинник політичного насилля // Політичний менеджмент. – 2004. – № 3. – С. 162 – 171.
2. **Бельков О.** Конфликтологический инструментарий политического менеджмента // Власть. – 2003. – № 11. – С. 27 – 32.
3. **Глухова А. В.** Политические конфликты: основания, типология, динамика (теоретико-методологический анализ). – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – 280 с.
4. **Глухова А. В.** Типология политических конфликтов. – Воронеж: Изд-во Воронежск. гос. ун-та, 1997. – 152 с.
5. **Картунов О. В., Маружовська О. О.** Анатомія політичних конфліктів. // Віче. – 2001. – №11. – С. 155 – 159.
6. **Корчинський Д.** Війна в натовпі: Наш досвід політичного насильства. – К., 1997.
7. **Кулиниченко В. А.** Политический конфликт: сущность и современные проблемы // Политическая теория: тенденции и проблемы: Сб. статей. – М., 1994. – Вып.2. – С. 9 – 22.
8. **Кульчар К.** Политический конфликт // Политология вчера и сегодня. – М., 1991. – Вып. 3.
9. **Овчинников В. С.** Политические конфликты и кризисные ситуации // Социально-политические науки. – 1990. – № 10.
10. **Павловський М.** Конфлікти та консенсус в українській політиці // Нова політика. – 1999. – № 1.
11. Политическая конфликтология перед новыми вызовами / Под ред. А. В. Глухой. – Воронеж, 2001. – 284 с.
12. Политические конфликты: от насилия к согласию. – М., 1996.
13. Разделенная демократия. Сотрудничество и конфликт между Президентом и Конгрессом. – М.: Прогресс, 1994. – 416 с.
14. **Рогачев С. В.** Социальная доминанта политического конфликта // Политические конфликты: от насилия к согласию. – М., 1996. – С. 48 – 61.
15. **Рыжов О.** Политические конфликты. – М.: ВУ, 1997. – 64 с.
16. **Смирнов В. В.** Политический конфликт: динамика, возможности контроля // Социальные конфликты: экспертиза, прогнозирование, технологии разрешения. – М., 1994. – Вып. 6. – С. 31 – 38.
17. **Тимофеева Л. Н.** Политическая конфликтология. – М., 1996.
18. **Томенко М.** Реальні та удавані конфлікти в державній владі // Політична думка. – 1997. – № 1
19. **Ушакова Т. Н., Латынов В. В., Павлова А. А., Павлова Н. Д.** Ведение

политических дискуссий. Психологический анализ конфликтных выступлений. – М.: Academia, 1995.

20. **Фельдман Д. И.** Политология конфликта. – М., 1998. – 199 с.

21. **Чумиков А. Н.** Социально-политический конфликт: Теоретические и прикладные аспекты. – М.: Ин-т молодежи, 1993. – 168 с.

Підтема 2. Основні шляхи врегулювання політичних конфліктів

1. **Глухова А. В.** Политические конфликты и кризисы. Консенсус и политические методы его достижения. // Государство и право. – 1993. – № 6. – С. 3 – 14.

2. **Лебедева М. М.** Политическое урегулирование конфликтов: подходы, решения, технологии. – М.: Аспект Пресс, 1997. – 272 с.

3. **Нэх В. Ф.** Политический конфликт, технология инициирования, регулирования, разрешения. // Вестник Московск. Ун-та. – Серия 12. – Политические науки. – 1995. – № 5.

4. **Пойченко А. М., Ребкало В. А, Хворостяний О. І.** Конфлікт у політичному житті сучасної України: теорія і технологія розв'язання: Навч. посібник. – К.: Вид-во УАДУ, 1997. – 96 с.

4. Плани лекцій

Розділ І. Політичний маркетинг

Лекція 1. Теоретико-методологічні засади курсу

1. Основні цілі та завдання курсу „Політичний маркетинг і менеджмент” (ПММ).

2. Основні функції курсу ПММ.

3. Основні методологічні засади курсу ПММ.

4. Понятійно-категоріальний апарат курсу ПММ.

Лекція 2. Політичний маркетинг

1. Поняття маркетингу та його типологія.

2. Поняття політичного маркетингу і багатоманітність його визначень.

3. Основні ознаки і види політичного маркетингу.

4. Головні функції та цілі політичного маркетингу.

Лекція 3. Політичний ринок та його основні складові елементи

1. Сутність поняття „політичного ринку”.

2. Характеристика основних складових елементів цивілізованого політичного ринку.

3. Дослідження політичного ринку України 90-х років ХХ століття.

4. Порівняльний аналіз результатів президентських і парламентських виборів в Україні і Росії.

5. Вивчення громадської думки.

Лекція 4. Політичні партії, суспільно-політичні організації та рухи

1. Політична партія: визначення, сутність, основні ознаки та функції.
2. Критерії класифікації та типологія політичних партій.
3. Партійна система: поняття та типологія.
4. Суспільно-політичні організації та рухи: причини виникнення, сутність та види.
5. Сучасні політичні партії, суспільно-політичні організації та рухи в Україні.

Лекція 5. Виборчі системи

1. Поняття виборчої системи. Основні ознаки класифікації виборчих систем.
2. Характеристика основних видів виборчих систем: їх переваги та недоліки.
3. Виборче право та принципи його реалізації.
4. Виборче законодавство України.
5. Сучасний парламентаризм: західний та вітчизняний досвід.

Лекція 6. Політична реклама

1. Поняття політичної реклами.
2. Основні різновиди політичної реклами.
3. Типологія політичної реклами.
4. Етапи політичного рекламування.

Лекція 7. Політична еліта

1. Сутність та походження поняття „еліта”.
2. Багатоманітність визначень понять „еліта” та „політична еліта”.
3. Генеза ідей і концепцій „політичного елітизму”.
4. Типологія, структура та основні функції політичної еліти.
5. Політична опозиція: поняття, структура, функції.
6. Особливості політичних еліт в Україні, Росії та на Заході.

Лекція 8. Політичне лідерство

1. Поняття і сутність політичного лідерства.
2. Типологія політичного лідерства.
3. Класифікація зарубіжних теорій і концепцій політичного лідерства.
4. Основні риси та функції політичного лідера.
5. Політичне лідерство в сучасній Україні та Росії.

Лекція 9. Іміджелогія політичного лідерства

1. Поняття та сутність іміджелогії як науки.

2. Характеристика поняття та основних типів іміджів.
3. Основні види іміджу.
4. Характеристика іміджу політика.
5. Іміджелогія політичного лідерства в Україні та Росії.

Розділ II. Політичний менеджмент

Лекція 10. Теоретичні засади політичного менеджменту

1. Поняття менеджменту та його основні функції.
2. Поняття політичного менеджменту.
3. Головні управлінські функції політичного менеджменту.
4. Основні елементи соціотехніки політичного менеджменту.

Лекція 11. Менеджмент правлячої команди

1. Поняття та структура правлячої команди.
2. Формування та організація роботи правлячої команди.
3. Інформаційне забезпечення роботи правлячої команди.
4. Основні етапи процесу прийняття політичних рішень.
5. Порівняльний аналіз основних типових моделей прийняття рішень в адміністраціях президентів США та України.

Лекція 12. Менеджмент виборчої кампанії. Виборчі технології

1. Формування команди політичного лідера – претендента.
2. Поняття, особливості та основні чинники успіху виборчої кампанії.
3. Загальні принципи організації виборчої кампанії.
4. Розробка стратегії і тактики виборчої кампанії.
5. Особливості виборчих кампаній в Україні та Росії.

Лекція 13. Політичне маніпулювання

1. Поняття та основні види маніпуляцій.
2. Маніпуляція суспільною свідомістю: основні засоби.
3. Основні технології політичного маніпулювання.
4. Електоральна поведінка: поняття та основні теорії.
5. Види досліджень електоральної поведінки.

Лекція 14. Виборчі технології

1. Виборчі технології: поняття та сутність.
2. Основні умови обрання виборчого округу для балотування.
3. Правила організації передвиборчої агітації.
4. Основні методи виборчої інженерії.

Лекція 15. Політичні конфлікти: сутність, типологія та шляхи врегулювання

1. Поняття, структура та основні стадії політичного конфлікту.
2. Причини виникнення та ескалації політичних конфліктів.
3. Типологія політичних конфліктів.
4. Головні функції політичних конфліктів.
5. Основні шляхи і методи запобігання ескалації та врегулювання політичних конфліктів.