

УДК 323:327

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.44.33>

ЛОКАЛЬНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА СОЦІАЛЬНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ГРОМАДИ: СПЕЦИФІКА ВЗАЄМОДІЇ

Артем Хмельников

Дніпровська міська рада,

просп. Дмитра Яворницького, 75, 49000, м. Дніпро, Україна

Розглядаються особливості розбудови фахової інфраструктури демократичного політичного менеджменту, яка вимагає чіткого дотримання законодавства та демократичних «правил гри». Вивчається інтеграція соціальних інтересів до порядку денного локального політичного менеджменту як важлива ознака розбудови консолідованої демократії на локальному рівні в сучасній Україні. Розкривається процес поєднання політичної ініціативності локальних громад та їх занурення до соціальних інтересів, що забезпечує здатність української держави до опору та подальшого демократичного розвитку. Встановлюються особливості прийняття політико-управлінських рішень, зумовлені соціальними потребами. Обговорюються засоби соціальної діагностики, до яких вдається локальний політичний менеджмент за умови слабого розвитку громадських мереж. Метою статті є виявлення соціальних чинників функціонування локального політичного менеджменту. У статті використані фахові методи політології (структурно-функційний та інституційний) та поширені загальнонаукові методи (узагальнення). Досліджуються різноманітні «викривлення» політико-управлінської практики, які перешкоджають соціально ефективним формам локального політичного менеджменту. З'ясовуються свідчення політичного розвитку сучасної України, які підтверджують ознаки делегітимації влади на основі адміністративно-директивне управління. Розкрито умови протидії негативним практикам локального політичного менеджменту. Встановлено усунення механізми адміністративно-командного підпорядкування, які були успадковані з посткомуністичних часів. Досліджуються соціальне управління на локальному рівні, яке вимагає від суб'єктів менеджменту навичок поводження з інформацією. З'ясовується сукупність підходів, методів та технік взаємодії локального політичного менеджменту і локального соціального середовища. Доведено, що локальний політичний менеджмент повинен взяти на себе ініціативу своєчасного виявлення проблемних аспектів соціального стану та розвитку українських громадян в умовах зовнішньої агресії.

Ключові слова: локальний політичний менеджмент, соціальне середовище, демократичні інститути, політичний імідж, політична ініціатива, громадська інфраструктура, публічний діалог.

Постановка проблеми. Прийняття рішень на локальному рівні з урахуванням соціальних передумов вимагає комплексного аналізу та фахових дій. Політичний менеджмент локального рівня визначається певним порядком денним, який зважає передусім на соціальні потреби населення конкретної громади. Розбудова фахової інфраструктури демократичного політичного менеджменту вимагає чіткого дотримання законодавства та демократичним «правилам гри». Це означає, що локальні політичні менеджери опікуються питаннями політичної відповідальності, діють відповідно до потреб та векторів розвитку громади, захищають її інтереси.

Інтеграція соціальних інтересів до порядку денного локального політичного менеджменту є важливою ознакою розбудови консолідованої демократії на локальному рівні в сучасній Україні. Що більш локальний політичний менеджмент стає адекватним

інтересам і прагненням конкретних громадян, то більш стабільною та інноваційною стає система політичного представництва в Україні.

В умовах викликів, спричинених зовнішнього агресією росії такий статус локальних громад визначає міцність та спроможність української державності. Поєднання політичної ініціативності локальних громад та їх занурення до соціальних інтересів забезпечує здатність української держави до опору та подальшого демократичного розвитку

Аналіз публікацій. Основи соціальної детермінації локального політичного порядку денного вивчалися вітчизняними й зарубіжними вченими. Зокрема, Т. Семигіна досліджує політичні аспекти охорони здоров'я в контексті глобального і локального [1], А. Гаврилюк аналізує соціогуманітарний вимір державної політики у сфері туризму в Україні [2], М. Дзюра, А. Які, Т. Рок розкривають специфіку сталого менеджменту та перспективи інноваційно-технологічного розвитку в Польщі [3], О. Карий, Н. Глинський, О. Гірна з'ясовують зміст стратегічного планування розвитку міста за результатами попереднього стратегічного плану його розвитку [4], В. Дрешпак та І. Авраменко на прикладі сторінок дніпровських політиків у мережі Фейсбук вивчають стилістику локального політичного дискурсу в соціальній мережі [5], В. Омеляненко та О. Омеляненко виявляють архетипні основи інституційно-інноваційних проєктів сталого розвитку територій в умовах постмодерну [6]. Однак, соціальні мотивації політичного менеджменту вимагають уваги в контексті добору найбільш ефективних інструментів.

Метою статті є виявлення соціальних чинників функціонування локального політичного менеджменту. Завданням статті є ідентифікація інструментів покращення взаємодії між інститутами локального політичного менеджменту та соціальним середовищем громади.

Основний зміст. Управління локальною громадою визначається інтересами її соціальної структури. Відповідно, прийняття політико-управлінських рішень зумовлене соціальними потребами. За доби цифровізації черговість забезпечення потреб громади в соціальному плані визначається на основі застосування маркетингових соціально-політичних інструментів діагностики та спілкування. О. Агарков вірно вказує, що «напрямом реалізації соціально-політичного маркетингу стає проведення соціальних кампаній і реалізація соціальних програм, оскільки, що абсолютно вочевидь, реалізувати «впровадження» у масову свідомість подібного роду ідей в процесі окремих акцій практично неможливо. Як правило, цей процес організовується у формі різного роду соціальних проєктів» [7, с. 7].

Реалізація соціальної політики на локальному рівні вимагає чутливого ставлення до децентралізованих потреб. Зазначене передбачає глибинний аналіз соціальних прагнень, висловлених публічно. За умови слабого розвитку громадських мереж, локальний політичний менеджмент вдається до засобів соціальної діагностики. Як слушно висновує український дослідник О. Агарков, «соціально-політичний маркетинг виступає як управлінська технологія в соціальній сфері і його застосування стосується насамперед напрямів, які пов'язані із реалізацією соціальної політики, спрямованість якої визначає як ідеологічну, так і практичну стратегію соціальнополітичного маркетингу» [7, с. 7].

Державні пріоритети соціального забезпечення збігаються з конкретними потребами громадян. Місія локального політичного менеджменту – це деталізація різноманіття потреб та їх своєчасне задоволення. Відповідно до ресурсів громади, маркетинговий інструментарій сприяє як виявленню потреб, так і переконанню більшості в справедливості їх задоволення. На думку О. Агаркова, «в сучасних умовах становлення України як соціальної держави вибір ефективної моделі соціального розвитку і соціальної політики набуває особливого значення і виступає пріоритетом формування оптимальної системи взаємодії держави, політичних інституцій, ринкової економіки і громадянського суспільства,

що і визначає наукове обґрунтування стратегічного механізму соціально-політичного маркетингу» [7, с. 8].

Соціальна ефективність локального політичного менеджменту визначається рівнем формального і неформального визнання доцільності та ефективності управлінської політики. За умови щільного контакту між інститутами політичного врядування та соціальними групами громади зростає ефективність взаємодії та підтримки. При цьому адекватна маркетингова комунікація забезпечує формування середовища довіри. О. Агарков відзначає, що «етап оцінки результативності соціально-політичного маркетингу пов'язаний з оцінкою відповідності результату і мети соціально-політичного маркетингу згідно системи критеріїв соціальної ефективності; моніторингом змін в соціальній сфері (в окремому напрямку, території). На цьому етапі здійснюється визначення виникаючих проблем і похибок, відхилень від заданої системи критеріїв оцінки практичної реалізації соціально-політичного маркетингу, і, якщо потрібно, розробляється система корекційних дій і заходів, необхідних для досягнення мети соціальнополітичного маркетингу» [7, с. 9].

Протилежність соціально ефективним формам локального політичного менеджменту становлять різноманітні «викривлення» політико-управлінської практики. Йдеться не лише про прямі зловживання, але й про тіньові спроби здобути політичні переваги на основі застосування ресурсів влади. Вказані «відхилення» не завжди відповідають реаліям правової оцінки і вимагають залучення громадськості. На доречну думку Н. Ніколаєнко, «суть поняття «адміністративний ресурс», про яке найчастіше згадують у період виборчих кампаній, безпосередньо пов'язана з керівними посадами державних службовців у різних органах державної влади, переважно в її виконавчій галузі» [8, с. 113].

Одним із поширених різновидів руйнування соціальної довіри в сучасній громаді слід вважати зловживання владою. Політичний розвиток сучасної України засвідчив, що адміністративно-директивне управління створює шлях до делегітимації влади. Однак, протидія цим практикам вимагає значної зрілості громадського середовищем. Н. Ніколаєнко наголошує, що «Чинивник, маючи важелі керування апаратом співробітників, фінансовими й матеріально-технічними ресурсами, здатний зробити як позитивний, так і негативний вплив на керовані ним галузі економіки або інші сфери соціального життя. Може перевищити свої повноваження в корисливих, у т. ч. політичних цілях. Це нерідко трапляється, коли сам чиновник або його партійні соратники балотуються на пост президента, у Верховну Раду або в ради інших рівнів» [8, с. 113].

В умовах російської агресії для українських громад життєво важливим є якнайшвидше дистанціювання від практики адміністративного ресурсу. Факти політичного розвитку України в минулому свідчать про складну ситуацію із забезпеченням законності виборчих процедур. Від локального політичного менеджменту вимагається рішуча протидія таким практикам. Згідно з Н. Ніколаєнко «відомим фактом є те, що адміністративний ресурс викривляє як результати виборів, так і явку на виборчих дільницях. Прикладами цього є коли під час засідання Суспільної ради з питань забезпечення прозорості виборчого процесу на Херсонщині зареєстровано такий факт – у ділянках, розташованих у колоніях, лікарнях і військових частинах – голосування 120 %, 150 % і навіть більше 200 % від присутніх або зареєстрованих» [8, с. 113].

Адекватний опір деструктивним практикам політичного управління сприяє побудові якісного діалогу між владою і громадою. Локальний політичний менеджмент демократичного суспільства не є неможливим без усунення механізмів адміністративно-командного підпорядкування, які були успадковані з посткомуністичних часів. Як справедливо вказує Н. Ніколаєнко, «під терміном «адміністративний ресурс» у виборчому процесі визначають

використання органами державної влади, місцевого самоврядування чи кандидатами, що є державними службовцями, своїх повноважень для досягнення політичних або корпоративних цілей шляхом порушення чинного законодавства» [8, с. 113].

Відкритість та рівноправний діалог стають основними принципами функціонування локального політичного менеджменту відповідно до основних засад інформаційної політики. Узгодження із загальнодержавними тенденціями робить соціальна ефективність локального менеджменту набагато вищою. На думку В. Торічного, «учасники політичного процесу при здійсненні інформаційної політики держави переслідують різні цілі, але держава завжди має прагнути вибудовувати конструктивний діалог з громадянським суспільством і прозоро інформувати громадян про свою поточну діяльність. Інформація починає грати все більшу роль в управлінні суспільством і всіма життєво важливими сферами держави» [9, с. 205].

Соціальне управління на локальному рівні вимагає від суб'єктів менеджменту навичок поведінки з інформацією. Це включає комплекс заходів та дій щодо формування локальної локального інформаційного порядку денного. Його основними компонентами є місцеві проблеми та завдання розвитку громади. Згідно з В. Торічним, «в процесі побудови інформаційного суспільства зростає значення відкритості інформації для громадян. Разом з тим, сама інформація стає невід'ємним атрибутом соціального управління в цілому, а інформаційне управління стає частиною інформаційного суспільства. При цьому слід мати на увазі, що мова йде про глобальне інформаційне суспільство, в яке повинен входити весь світ (всі країни), тобто про інформатизацію всього світу і необхідність повного інформаційного забезпечення органів державної влади» [9, с. 205].

Можливості ефективного управління соціальним середовищем громади визначаються здатністю суб'єктів локального політичного менеджменту адекватно представити ідентичність громади для зовнішньої аудиторії. Це також передбачає сукупність політико-комунікаційних і політико-технологічних дій із розробки та поширення іміджу громади. Як зауважує М. Реджа «до питань створення і просування державного бренду привернуто увагу практично всіх держав. Відбувається інституалізація даної діяльності, розробляються оригінальні підходи і практичні прийоми просування оновлених брендів. У кожній країні є два шляхи – дати образу формуватися стихійно або керувати цим процесом. Свідоме управління процесом формування бренду називають брендингом» [10, с. 202].

Нестандартність та креативність взаємодії інститутів локального політичного менеджменту та соціального середовища громад ґрунтується на володінні комунікаційними засобами. Особистісні комунікаційні навички та комунікативні компетентності локальних політичних лідерів набувають значення в умовах мінливої інформаційної ситуації. С. Чуніхіна слушно зазначає, що «сила гумору в політиці полягає в його здатності тимчасово або символічно зламати владу, коли жартівник на мить бере під контроль політичну сцену. Політична сатира грайлива, проте вона спрямована на те, щоб викликати сміх і водночас винести вирок. Теми або аргументи, розглянуті в гумористичній манері, сприймаються як менш небезпечні, образливі і не викликають негативної реакції аудиторії» [11, с. 221]. Особливо наочно це можна спостерігати на прикладі формування субкультури «фанфікшн» на локальному рівні [12].

Таким чином, сукупність підходів, методів та технік взаємодії локального політичного менеджменту і локального соціального середовища визначається на основі конкретних ситуацій. Комунікаційний інструментарій доповнюють організаційні заходи. Також слід усвідомлювати більш широке значення локальної політичної ідентичності та перспективи глобального виміру просуванням інтересів громади.

Висновки. Таким чином, альтернативи політичних рішень в межах функціонування локального політичного менеджменту формуються на основі соціальної структури громади. В умовах відкритого суспільства потреби та прагнення соціальних груп набувають значення за умови їх публічного висловлювання. Водночас в умовах політичних трансформацій локальний політичний менеджмент повинен взяти на себе ініціативу своєчасного виявлення проблемних аспектів соціального стану та розвитку громадян. За таких умов забезпечується динаміка та тісна взаємодія між інститутами місцевого самоврядування та соціальними групами.

Брендинг територій виступає однією з провідних ознак взаємозв'язку локального політичного менеджменту та соціального середовища громади. Виявлення місцевих смислів та ідентичності на рівні суспільних комунікацій дозволяє розвинути конкурентоздатність громади в глобальному просторі.

Спроможність локального політичного менеджменту опанувати нестандартні форми комунікації із громадою вказує на креативність менеджменту керівників та їх інноваційність. Створення позитивного іміджу місцевої влади забезпечує продуктивність діалогу та розв'язання завдань розвитку. Представлення інститутів локального політичного менеджменту та конкретних лідерів-особистостей як відкритих та досяжних для взаємодії грає визначальну роль для підтримки та посилення легітимності локальної влади. Спроможність локальної політичної команди відповісти на всі питання соціальних груп дозволяє очікувати продуктивної взаємодії в рамках потужних проєктів та удосконалення політичної інфраструктури громади. В умовах кризи, спричиненої російською агресією, локальний політичний менеджмент виступає провідною ланкою позитивного іміджу України.

Список використаної літератури

1. Семигіна Т. В. Політичні аспекти охорони здоров'я. На перетині глобального і локального: [монографія] ; Нац. ун-т «Києво-Могилян. акад.». К. : Києво-Могилянська академія, 2013. 398 с.
2. Гаврилук А. М. Державна політика у сфері туризму в Україні: соціогуманітарний вимір: монографія ПрАТ "ВНЗ "Міжрегіон. Акад. упр. персоналом". Київ : Ліра-К, 2020. 426 с.
3. Dziura M., Jaki A., Rojek T. Sustainable management and the prospects for innovation and technological development in Poland M. Dziura, Зовн. торгівля: економіка, фінанси, право. 2022. № 2. С. 38-51.
4. Karyy O., Hlynsky N., Girna O. Strategic planning of a city development on the results of the previous strategic plan of its development Econ., Entrepreneurship, Management. 2019. 6, № 1. С. 36-46.
5. Дрешпак В. М., Авраменко І. А. Стилїстика локального політичного дискурсу в соціальної мережі (на прикладі сторінок дніпровських політиків у мережі Фейсбук). Держава та регіони. Сер. Соц. комунікації. 2021. № 3. С. 100-108
6. Омеляненко В. А., Омеляненко О. М. Архетипні основи інституційно-інноваційних проєктів сталого розвитку територій в умовах постмодерну. Укр. соціум. 2022. № 2. С. 59-75
7. Агарков О. А. PR-технології в структурі соціально-політичного маркетингу. Вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". Політологія. Соціологія. Право. 2012. № 1. С. 7-11.
8. Ніколаєнко Н. О. Адміністративний ресурс як деструктивна політична технологія та відповідальність за його застосування Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]. Сер. : Політологія. 2010. Т. 131, Вип. 118. С. 112-115.

9. Торічний В. О. Технології формування та реалізації інформаційної політики держави. Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія : Державне управління. 2019. Вип. 2. С. 201-207.
10. Реджа М. Роль технологій державного брендингу у зовнішній політиці США. Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії. 2021. Вип. 37. С. 196-205.
11. Чуніхіна С. Л. Гумор як технологія переконання в політичних комунікаціях Габітус. 2021. Вип. 27. С. 219-225.
12. Гудошник О., Яровкіна В. Фанфікшен як альтернативні медіа: сучасні комунікативні практики. Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". Сер. Журналістика. 2021. № 1. С. 43-48.

LOCAL POLITICAL MANAGEMENT AND SOCIAL ENVIRONMENT OF THE COMMUNITY: SPECIFICS OF INTERACTION

Artem Khmelnykov

Dnipro City Council,

Dmytra Yavornytskoho Ave., 75, 49000, Dnipro, Ukraine

The peculiarities of the development of the professional infrastructure of democratic political management, which requires strict compliance with the law and democratic "rules of the game", are considered. The integration of social interests into the agenda of local political management is studied as an important feature of building a consolidated democracy at the local level in modern Ukraine. The process of combining the political initiative of local communities and their immersion in social interests is revealed, which ensures the ability of the Ukrainian state to resist and further democratic development. The specifics of making political and managerial decisions determined by social needs are established. The means of social diagnostics, which are resorted to by local political management under the condition of weak development of public networks, are discussed. The purpose of the article is to identify social factors in the functioning of local political management. The article uses specialized methods of political science (structural-functional and institutional) and common scientific methods (generalization). Various "distortions" of political and administrative practice are studied, which hinder socially effective forms of local political management. Evidence of the political development of modern Ukraine is revealed, which confirms the signs of delegitimization of power based on administrative-directive management. The conditions for counteracting the negative practices of local political management are revealed. The mechanisms of administrative and command subordination, which were inherited from post-communist times, have been eliminated. Social management at the local level, which requires management subjects to have skills in handling information, is studied. The collection of approaches, methods and techniques of interaction between local political management and the local social environment is clarified. It has been proven that local political management should take the initiative to timely identify problematic aspects of the social state and development of Ukrainian citizens in conditions of external aggression.

Key words: local political management, social environment, democratic institutions, political image, political initiative, public infrastructure, public dialogue.