

## ОСНОВНІ ЕТАПИ ТА ЗМІСТ МЕНЕДЖМЕНТУ МАСОВОГО СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОГО ЗАХОДУ (ДЕМОНСТРАЦІЇ, МІТИНГУ, ФЛЕШМОБУ ТОЩО).

**Вступ:** у процесі ринкових перетворень в Україні в різних галузях народного господарства, в тому числі і у фармацевтичній галузі, активно почали використовувати термін «менеджмент». Разом з тим широко використовується також поняття «управління» і дуже часто їх ототожнюють, що призводить до плутанини.

**Постановка проблеми.** В умовах погіршення економічної та соціальної ситуації у світі, корупції у деяких сферах життя, що притаманна багатьом країнам, виникнення природних катаклізмів, які потребують значних ресурсів для ліквідації їх наслідків, та ще ряду інших чинників, що призводять до наростання невдоволення населення цих країн, останнім часом, зокрема, збільшується розрив між бідними і багатими. Особливо це явище характерно для пострадянських країн і, як наслідок, окрема частина населення, яка не задоволена діями влади, бере участь у масових заходах для захисту своїх порушених прав. Реальність життя доводить, що мітинги, пікетування, демонстрації були, є і будуть, але вони повинні проводитись у межах чинного законодавства.

**Метою статті** є дослідити основні етапи та зміст менеджменту масового соціально-політичного заходу.

**Об'єктом статті** є масовий соціально-політичний захід - мітинг.

Підготовка та проведення масових заходів у нашій країні регламентується законом України «Про збори, мітинги, демонстрації, ходи і пікетування». Але якщо Закон встановлює загальні нормативні рамки цього виду політичної активності, то успішність мітингу або ходи залежить від професіоналізму організаторів.

У цій статті буде дана логічна послідовність дій, які потрібно зробити для забезпечення результативності такого масового заходу в рамках політичної кампанії, як мітинг.

**Перший крок**, який необхідно зробити - це вирішити питання, чи варто взагалі проводити мітинг. Нижче ми побачимо, що підготовка мітингу - не така проста задача, і якщо ресурси політичної кампанії обмежені, то може бути доцільніше скористатися іншими видами спілкування політиків з масами, наприклад провести зустрічі з трудовими колективами. Як правило, мітинги проводяться у виборчих кампаніях, коли потрібна мобілізація прихильників на певні дії. Іншим поширеним випадком звернення до мітингів є кампанії, проведені опозиційними силами з метою дискредитації правлячого режиму і підризу довіри до нього широких мас.

Якщо рішення про проведення мітингу все-таки прийнято, то слід визначитися з місцем і часом його проведення. Це - **другий крок**. При виборі місця необхідно керуватися принципом символічності і тверезо оцінити свої можливості по мобілізації прихильників.

Визначившись з часом і місцем проведення мітингу, необхідно обов'язково отримати дозвіл місцевої влади. Цей **третій крок** є вирішальним, тому що без вирішення мітинг буде вважатися незаконним, і влада має право буде вжити заходів з розгону присутніх і притягнути організаторів до відповідальності.

Відповідно до закону організатори мітингу в строк не раніше 15 і не пізніше 10 днів до дня його проведення зобов'язані подати до органу виконавчої влади суб'єкта України або орган місцевого самоврядування повідомлення. У повідомленні зазначаються мета, місце, дата, час початку і закінчення мітингу, а також передбачувана кількість учасників, намір використовувати звуко підсилююче технічне засоби. Крім того, закон вимагає, щоб вказувалися форми і методи забезпечення організатором громадського порядку та організації медичної допомоги.

Є цілий ряд законних підстав, за якими може бути відмовлено в проведенні мітингу у вказаному в повідомленні місці і в зазначений час. Тому важливо передбачити запасні варіанти і юридично точно оформити необхідні документи.

Після отримання дозволу необхідно зробити **четвертий крок** - забезпечити явку якомога більшого числа людей на мітинг. Ніколи не слід розраховувати на те, що люди прийдуть самі, без нагадування. Зазвичай ця проблема вирішується шляхом, з одного боку, простого оповіщення населення, а з іншого - підвищення його інтересу до даного заходу.

Задовільним інформаційним середовищем для оповіщення зацікавлених громадян є Інтернет. Можна організувати запуск інтернет-сайту, де оперативно розміщувати інформацію, пов'язану з підготовкою заходу, а також використовувати електронну розсилку[3].

Деякі політичні партії використовують так званий «мовець» пікет, що складається з 2-3 чоловік і виставляється в місцях масового скупчення людей (станції метрополітену, майданчики навпроти прохідних вузів, заводів), в години пік. Призначення пікету - привернути увагу перехожих яскравим плакатом, а також роздати їм листівки з анонсом підготовлюваного масового заходу.

Сенс цієї роботи полягає в тому, щоб, з одного боку, підняти соціальну значимість проблеми, якої буде присвячений мітинг. Громадяни, переконані в необхідності вирішення означеної проблеми, будуть проявляти більшу схильність до участі в підготовлюваній заході.

З іншого боку, можна просто підігрівати інтерес до самим організаторам шляхом поширення інформації про деяких скандальних моментах, що виникли в ході підготовки мітингу. Для вирішення цього завдання важливо привернути ЗМІ. Для цього організується прес-конференція, присвячена підготовлюваного заходу, і здійснюється «витік інформації» про деякі прихованих від громадськості сторонах цієї підготовки.

Щоб залучити тих, кому не цікава політична підоснова таких заходів, можна організувати запрошення артистів, популярних музичних груп, про виступ яких заздалегідь оповіщається населення. Велика ймовірність, що хтось прийде спеціально подивитися на своїх музичних кумирів.

**П'ятий крок** - написання сценарію мітингу. Ця робота здійснюється паралельно з оповіщенням і формуванням громадської думки про підготовлюваний захід. У сценарії прописуються всі деталі майбутнього дійства: час збору, порядок роздачі транспарантів і атрибутики, послідовність виступів ораторів, завершення мітингу. Сценарій дозволяє чітко визначити ролі учасників мітингу (оратори, група скандування, група безпеки, група технічного забезпечення)[4]. Чим детальніше прописані дії учасників мітингу, тим більш передбачуваним буде сам захід, тим більше можливостей контролю з боку організаторів над утворилася нагоптом.

У цьому зв'язку в сценарії повинні знайти відображення:

- концепція музичного супроводу мітингу - яка музика повинна звучати і в який час. Якщо передбачається музичний концерт, то хто і в який час виступає;

- концепція скандування - які гасла повинні скандувати, які ключові слова з виступів ораторів повинні підхоплюватися, коли треба криками або оплесками підтримувати виступаючих;

• концепція оформлення мітингу - як буде прикрашена трибуна, які плакати і транспаранти повинні бути розвішані та розставлені, який роздатковий матеріал буде запропонований учасникам мітингу. Якщо мітинг проводиться в сутінковий час, то важливо передбачити всі нюанси освітлення[5].

Паралельно з роботою над тією частиною сценарію, де головними дійовими особами будуть маси, що прийшли на мітинг, прописується послідовність дій всіх ораторів. Головний оратор - політик, по відношенню до якого потрібно сформулювати особливе емоційне ставлення, - виступає останнім.

Відповідальним моментом є написання промов. На мітингу виступу повинні бути короткими, емоційно насиченими, мобілізуючими. Однак важлива не тільки форма викладу, а й сам зміст мови. Особливо це важливо, якщо мітинг проводиться як заключна акція в політичній кампанії, як її своєрідний заключний акорд. Цей акорд повинен звучати в унісон зі всієї попередньої інформаційною кампанією.

**Шостий крок** - власне проведення мітингу. На цьому етапі всі зусилля додаються до того, щоб реалізувати на практиці написаний сценарій. На відміну від відрепетизованого спектаклю на сцені театру при реалізації сценарію мітингу неминуче виникають непередбачені моменти. Зокрема, можуть з'явитися провокатори, які постараються дестабілізувати розмірений хід заходу, а ще гірше - спровокувати сутички з органами правопорядку. Завдання організаторів - максимально оперативно реагувати на несподівані ситуації, своєчасно виявляти та ізолювати провокаторів і не цілком адекватних людей.

Якщо вдалося вирішити всі раніше названі проблеми підготовки політичного мітингу і розіграти його проведення в повній відповідності зі сценарієм, то важливо зробити останній **сьомий крок** - правильно організувати завершення мітингу.

Адже, зруйнувати яскраві позитивні враження від мітингу дуже легко, наприклад невмілими діями служби порядку, підганяє людей до виходу, або вимогами активістів швидше здавати роздатковий матеріал, а то й просто безцеремонним відбиранням прапорців і стрічок. Слід пам'ятати, що мітинг завершується не на останньому слові останнього оратора, а після того як останні громадяни залишають площу. І важливо, щоб у них відхід не асоціювався з втечею.

### *Література*

1. Гончарук-Чолач Т.В., Джугла Н.В. Політична соціологія: навчальний посібник / За ред. Гончарук-Чолач Т.В. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр «Економічна думка ТНЕУ», 2018. – 250 с.
2. Довідка Вищого адміністративного суду України щодо вивчення практики застосування адміністративним судами законодавства під час розгляду та вирішення протягом 2010–2011 років справ стосовно реалізації права на мирні зібрання (збори, мітинги, походи, демонстрації тощо) від 01.04.2012 р. [Електронний ресурс] / Вищий адміністративний суд України. – Режим доступу : [http://www.vasu.gov.ua/ua/generalization\\_court\\_practice](http://www.vasu.gov.ua/ua/generalization_court_practice).
3. Про свободу совісті та релігійні організації : Закон України від 23 квітня 1991 р. № 987-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 25. – Ст. 283.
4. Практика розгляду судами справ про адміністративні правопорушення, що посягають на встановлений порядок управління [Електронний ресурс] / Верховний Суд України. – Режим до- ступу : <http://www.scourt.gov.ua/clients/vs>.
5. Постанова Київського апеляційного адміністративного суду від 16 травня 2012 р. по справі № 2а-17669/11/2670 [Електронний ресурс] / Єдиний державний реєстр судових рішень. – Режим доступу : <http://reyestr.court.gov.ua/Review/24403870>