УДК 328.32

Моніторинг виборчого процесу як інструмент політичного піару

Дмитро Арабаджиєв,
кандидат політичних наук,
доцент кафедри соціальної роботи
Запорізького національного
технічного університету

Проаналізовано поняття моніторингу, охарактеризовано процес моніторингу виборів, досліджено його особливості як інструменту політичного піару.

Ключові слова: *моніторинг, моніторинг виборчого процесу, зв'язки з громадськістю, демократія.*

The concept of monitoring is analyzed, election monitoring process is described and its features as a tool for political PR are investigated in the article.

Keywords: *monitoring, monitoring of the electoral process, public relations, democracy.*

Проанализировано понятие мониторинга, охарактеризован процесс мониторинга выборов, исследованы его особенности как инструмента политического пиара.

Ключевые слова: *мониторинг, мониторинг избирательного процесса, связи с общественностью, демократия.*

політична культура та ідеологія

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Політичний піар відіграє ключову роль у діяльності суб'єктів політики. З поширенням демократичних процесів, його роль стала вагомішою в процесі виборчих кампаній. Політичний піар став невідємною складовою політичних процесів, політичної системи в цілому.

Щоб планувати політичну PR-компанію, оцінювати успішність діяльності з налагодження зв'язків з громадськістю, дізнаватися, які заходи є ефективними, а які мають бути вдосконалені, необхідно здійснювати моніторинг в сфері піару. Моніторинг допомагає визначити, чи встановлений зв'язок, чи він працює, особливості цільової аудиторії тощо. Моніторинг також може бути важливим інструментом спілкування та обґрунтування переваг окремої PR-стратегії, дозволяє довести, що PR-діяльність змінила поведінку або відношення людей, підтвердити ефективність обраної PR-стратегії.

Дослідження особливостей здійснення моніторингу виборчого процесу як інструменту політичного піару дозволяє не тільки визначити основні напрямки моніторингової діяльності під час виборчої кампанії, але й виділити достатньо новий для нашої країни вид моніторингу – громадський моніторинг виборчого процесу (суб'єктом якого виступає громадськість – окремі громадяни чи громадські організації), а також визначити специфіку моніторингової діяльності в контексті забезпечення демократичних виборів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання політичного PR є предметом розгляду багатьох вітчизняних дослідників, серед яких можна назвати таких науковців, як В. Бебик, В. Бугрим, І. Вороняк, О. Грищенко, В. Іванов, К. Кириченко, О. Кондратюк, Л. Кочубей, М. Кошелюк, В. Полторак, Г. Почепцов, К. Сомова, В. Степанов, Є. Тихомирова та ін. Втім, роботи перелічених та багатьох інших дослідників стосуються окремих напрямів політичного піару, використання „брудних" технологій, так званого „чорного" піару, забезпечення піар-супроводу діяльності органів влади, налагодження комунікацій, створення іміджу політичного лідера засобами зв'язків з громадськістю, використання медіа-засобів тощо. Моніторингова діяльність як інструмент зв'язків з громадськістю в сфері політики залишається в більшості випадків поза увагою науковців.

Взагалі моніторинг як особливий метод отримання інформації широко використовується різними науками – відповідно, є об'єктом уваги багатьох науковців. Наприклад, у роботі В. Іванова, Г. Леснікова та інших авторів моніторинг розглядається як систематичне відстеження, вивчення стану соціальних явищ і процесів, порівняння результатів спостережень, з метою отримання уявлення про їх стан і тенденції розвитку [3, с. 25]. І. Кривобоков характеризує моніторинг як спеціально організований, безперервний процес пошуку, угрупування і комплексної обробки індикаторів з метою оперативної оцінки і прогнозування можливих станів соціально-

економічної системи і її рівнів, вироблення корегуючих та попереджуючих заходів управлінського впливу [4, с. 55]. Вчені, які займаються проблемами соціального управління, розглядають соціальний моніторинг як спосіб пізнавальної і наочно-практичної діяльності, що забезпечує, в поєднанні з іншими методами, комплексну оперативну і адекватну оцінку соціальних ситуацій, яка дозволяє здійснювати ефективне прогнозування і вироблення оптимальних управлінських рішень [5, с. 31]. Відмінності в тлумаченні сутності моніторингу, в цілях і засобах його здійснення відображають сьогодні специфіку та рівень розробленості проблем моніторингу в кожній з областей його застосування.

Що стосується моніторингу виборчого процесу, то до недавнього часу використання моніторингових засобів загалом у сфері політики не входило до числа досліджуваних об'єктів вітчизняної науки – втім, як не було поширене і в практичній діяльності. На сьогоднішній день дослідження моніторингу виборчого процесу у вітчизняній науці мають або переважно прикладний характер (наприклад, звіти про результати здійснення моніторингової діяльності громадськими організаціями), або ж спрямовані на розкриття особливостей піар-технологій, використовуваних під час виборів.

Саме тому розгляд моніторингу виборчого процесу представляється актуальним з огляду на те, наскільки важливим є питання забезпечення демократичного виборчого процесу для нашої країни, що прагне приєднатися до числа розвинених демократичних європейських країн.

Метою статті є характеристика моніторингу виборчого процесу як інструменту політичного піару.

До *завдань*, поставлених автором статті, належить:

– подання визначення моніторингу і моніторингу виборчого процесу;

– характеристика політичного піару як особливого виду зв'язків з громадськістю;

– визначення специфіки використання моніторингу виборчого процесу як інструменту політичного піару в контексті забезпечення демократичних виборів;

– обґрунтування подальших напрямків наукових розробок стосовно моніторингу виборчого процесу.

Виклад основного матеріалу з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Поняття моніторингу взагалі, і в тому числі, в сфері зв'язків з громадськістю, поєднує різні види діяльності. Якщо діагностика ситуації здійснюється систематично з певною заданою періодичністю і з використанням однієї і тієї ж (у всякому разі, базової) системи індикаторів, як правило, говорять про моніторинг.

Поняття „моніторинг" стало використовуватися досить давно, набуваючи різного значення, але завжди виражаючи щось пов'язане з контролем, наглядом за якимись явищами, подіями, діями. У більш наближені до наших днів часи цим словом стали називати різновид

політична культура та ідеологія

контрольних приладів. У природничих науках термін „моніторинг" почав застосовуватися для позначення контролю в технологічних процесах, в екологічних дослідженнях. Потім термін „моніторинг" став входити в політичну практику та її вивчення, позначаючи систему відстеження політичних процесів з метою своєчасного запобігання небажаних подій. В кінцевому рахунку поняття „моніторинг" набуло широкого, загального сенсу, позначаючи „систему збору інформації, регулярного спостереження, оцінки і прогнозування" [1, с. 101], „спеціально організоване систематичне спостереження за станом певних об'єктів" [7, с. 189], „систему спостереження і контролю над будь-якими соціальними процесами, що викликають дослідницький інтерес" [6, с. 89]. У такому руслі сутність моніторингу розкривають чимало сучасних авторів, уточнюючи та доповнюючи його поняття.

Наведені визначення і характеристики дозволяють виробити найбільш загальне уявлення про моніторинг як вид діяльності зі збору і використання інформації. Отже, моніторинг – це система періодичного спостереження за тими чи іншими об'єктами, збору інформації про їх стан, здійснюваного із заданою періодичністю. Накопичення періодично отримуваної інформації проводиться з метою оцінки станів об'єктів спостереження, виявлення тенденцій їх розвитку і прогнозування майбутніх станів. При цьому проводиться порівняння результатів спостережень, зроблених, як правило, на різних часових відрізках їх проведення. У зв'язку з цим при всіх періодично повторюваних спостереженнях використовується, як правило, однакова система базових індикаторів.

Залежно від природи об'єктів вивчення, від того, до якої сфери суспільного життя відносяться об'єкти моніторингу, можна розрізняти економічний, політичний, соціальний та інші види моніторингу. Моніторинг виборчого процесу – це різновид політичного моніторингу, що представляє собою спостереження за виборами і здійснюється суб'єктами моніторингової діяльності (політичними партіями, громадськими організаціями) переважно з метою отримання даних про перебіг виборчого процесу, його відповідність національному законодавству і міжнародним стандартам тощо. Як правило, спостерігачі, які здійснюють моніторингову діяльність, спостерігають за виборчим процесом достатньо тривалий час – а не тільки безпосередньо в день виборів, адже виборчий процес не обмежується лише днем, коли громадяни здійснюють пряме волевиявлення, або декількома днями – він має достатньо тривалий характер і іноді навіть розглядається як проміжок часу від попередніх до наступних виборів. Здійснення спостереження забезпечується як міжнародними, так і місцевими (національними) організаціями або громадянами в межах чинного законодавства.

Якщо говорити про громадський моніторинг виборчого процесу, то він виступає особливим видом моніторингової діяльності. Система громадського моніторингу є невід'ємною складовою демократичної

держави, а ступінь розвитку цієї системи свідчить про ступінь активності громадськості і розвиненості громадянського суспільства. Поінформована громадськість, що активно залучена до процесу моніторингу рішень і діяльності уряду та інших наділених владою суб'єктів є ключовим елементом демократичного суспільства.

Громадський моніторинг – це діяльність, суб'єктом якої є, передусім, інститути громадянського суспільства, окремі громадяни, представники інших держав, наділені відповідними повноваженнями. Громадський моніторинг виборчого процесу спрямований на встановлення відповідності дій учасників виборчого процесу, що виступають об'єктами моніторингу, нормам чинного законодавства, а також на коригування виявлених відхилень. Причому, коригуюча функція може здійснюватися за допомогою звернення до уповноважених структур, або до громадської думки. Оскільки моніторинг являє собою періодично повторювану діагностику стану того чи іншого об'єкта, він є ефективним методом зв'язків з громадськістю.

Традиційно (і моніторинг виборчого процесу не є виключенням) використовують моніторинг засобів масової інформації, моніторинг реклами, моніторинг подій та громадської думки [8, с. 134-135; 9, с. 164-165].

Основним видом моніторингової діяльності в сфері політичного PR є медіа-моніторинг. Цей вид моніторингу виділяється за об'єктом моніторингу і включає моніторинг друкованих і електронних ЗМІ, телебачення, радіо, Інтернету (у тому числі, соціальних мереж) – тобто всіх тих ресурсів, що включає в себе поняття „медіа" (лат. „media" – „засоби") в широкому сенсі. Медіа-моніторинг є процесом читання, перегляду або прослуховування змісту інформації, що передається відповідними каналами (друкованим, радіо-, теле-, цифровими каналами чи в інший спосіб) на постійній основі з метою подальшого виявлення, збереження та аналізу змісту, який містить певні ключові слова або теми. Залежно від виду медійного джерела, виділяють декілька видів моніторингу мас-медіа. Найпоширенішим видом медіа-моніторингу є моніторинг новин (ретрансляторами яких можуть бути газети, журнали, телебачення, радіо та Інтернет). На додаток до моніторингу новин, багато організацій в даний час також здійснюють моніторинг соціальних мереж в Інтернеті, відстежуючи, наскільки часто згадується їх організація у таких мережах, як Facebook, Twitter, в різноманітних блогах, на дошках оголошень і в форумах. Такий моніторинг можна назвати моніторингом соціальних мереж.

Протягом останніх років через високу швидкість змін у навколишньому світі обсяг інформації, що вимагає збору і аналізу, стрімко збільшується. Періодичні видання, телеканали, радіостанції, інформаційні агентства, інтернет-ресурси щодня повідомляють тисячі найрізноманітніших фактів, думок, оцінок і прогнозів. Це призводить до того, що збір і аналіз актуальної інформації про зовнішнє середовище компанії з року в рік стає все більш трудомісткою і дорогою процедурою [2]. Поширення Інтернету

політична культура та ідеологія

і розгортання всесвітньої глобальної мережі (World Wide Web) в 1990-х роках призвело до розвитку моніторингу інтернет-джерел і появи компаній, що надають спеціалізовані послуги з моніторингу електронних мас-медіа і соціальних мереж. Більшість із пропонованих такими компаніями послуг пропонують інтегровані сервіси для одночасного моніторингу онлайн-новин і соціальних мереж.

Розвиток моніторингу електронних медіа зумовив появу спеціалізованого програмного забезпечення під назвою роботів, ботів і павуків. Такі програми працюють на потужних комп'ютерах і забезпечують швидку компіляцію в текстовому форматі інформації, що з'являється на новинних сайтах, в соціальних мережах, різноманітних блогах тощо, з подальшим аналізом тексту цих статей чи постів, виявленням ключових слів або фраз і автоматичною розсилкою відповідних текстів клієнтам, що замовили моніторинг. Сьогодні, за рідким винятком, друковані видання публікують всі свої редакційні матеріали на власних інтернет-сайтах. При цьому в більшості випадків традиційні друковані видання розміщують значно більше контенту в електронній, аніж у друкованій версії. Вільний доступ до великої кількості текстів – це лише одна з переваг моніторингу електронних видань і інших інформаційних джерел, що існують в Інтернет-просторі. Моніторинг публікацій в Інтернеті дозволяє не бути обмеженим у географії (аналізувати тексти видань різних країн світу) та мові (програмне забезпечення дозволяє робити одночасний переклад при пошуку потрібних ключових слів або фраз). Моніторинг соціальних мереж дозволяє визначити, які проблеми турбують їх користувачів, чим вони незадоволені – і замовники моніторингу, отримавши таку інформацію, можуть скоригувати свої дії не чекаючи, поки віртуальні скарги стануть реальними.

Зважаючи на потужність моніторингу, його різноспрямований, всеохоплюючий характер, під час виборчого процесу він використовується не тільки як засіб забезпечення прозорих демократичних виборів (якщо мова йде про громадський моніторинг), але і як технологія політичного піару – тобто як інструмент, що забезпечує отримання інформації і переконання цільової аудиторії [10, с. 677]. Моніторинг виборчого процесу використовується з метою отримання інформації про цільову аудиторію (тобто про виборців) – інтереси, вподобання, проблеми, антипатії та ін., так і для відстеження ситуації на різних етапах виборчого процесу з метою коригування виборчої стратегії. Без моніторингової діяльності неефективною буде іміджева стратегія претендента на політичну посаду, неможливим стане прогнозування результатів виборів та створення уявлення про позиції політичних суперників.

Під час виборчого процесу використовуються різні види моніторингу – залежно від цілей замовника. Втім, ці цілі не завжди відповідають стандартам демократичних виборів. На відміну від громадського моніторингу виборчого процесу, моніторинг, що здійснюється іншими

суб'єктами виборчого процесу (або спеціалістами зі зв'язків з громадськістю на замовлення цих суб'єктів) доволі часто має на меті отримання інформації для подальшого її використання (іноді в спотвореному вигляді) у цілях закріплення власної позиції в перегонах або послаблення позиції супротивників. Саме тому моніторинг виборчого процесу як інструмент політичного піару іноді стає часткою так званого „чорного" політичного піару, цілі якого далекі від демократичних стандартів.

Висновки і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Моніторинг – це система періодичного спостереження за тими чи іншими об'єктами, збору інформації про їх стан, здійснюваного із заданою періодичністю. Накопичення періодично отримуваної інформації проводиться з метою оцінки станів об'єктів спостереження, виявлення тенденцій їх розвитку і прогнозування майбутніх станів. При цьому проводиться порівняння результатів спостережень, зроблених, як правило, на різних часових відрізках їх проведення. У зв'язку з цим при всіх періодично повторюваних спостереженнях використовується, як правило, однакова система базових індикаторів. Оскільки моніторинг являє собою періодично повторювану діагностику стану того чи іншого об'єкта, він є ефективним методом зв'язків з громадськістю., у тому числі, політичного піару.

Моніторинг виборчого процесу є обов'язковою складовою успішної політичної PR-стратегії. Без аналізу інформаційних джерел учасників політичних перегонів не зможе отримати інформацію, наскільки він є популярним, який імідж має в очах цільової аудиторії, якою є суспільна думка щодо нього або його супротивників тощо. З розвитком інформаційної сфери і прискоренням темпів науково-технічного прогресу на перший план виходять такі особливі види моніторингу, як онлайн-моніторинг телевізійних і моніторинг електронних джерел.

Суб'єктом моніторингу виборчого процесу можуть виступати як представники громадськості або (частіше) громадські організації, метою яких є забезпечення відповідності виборчого процесу національному законодавству, попередження і усунення порушень під час виборів, дотримання міжнародних демократичних стандарті проведення виборів, тощо, так і учасники виборчих перегонів – політичні партії, кандидати та ін. В другому випадку моніторинг виборчого процесу виступає дієвим інструментом політичного піару. І як інструмент політичного піару, він може слугувати цілям, що далекі від засад демократичних прозорих виборів.

Вироблення механізмів для запобігання зловживань результатами моніторингової діяльності, у тому числі через використання результатів моніторингу виборчого процесу, здійснюваного громадськістю, є метою подальших досліджень.

політична культура та ідеологія

Література:

1. **Бестужев-Лада И. В.** Экспертный сценарно-прогностический мониторинг: принципы организации / И. В. Бестужев-Лада // Социологические исследования. – 1993. – №8. – С. 100–104.

2. **Вороной А. А.** Сравнительный анализ информационно-аналитических систем для обработки открытых источников информации [Електронний ресурс] / А. А. Вороной, П. М. Манько // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2007. – № 3 (69). – С. 194-205. – Режим доступу : http://www.infowave.ru/publications/2marketolog/3_2007_mmi/. – Заголовок з екрана.

3. **Иванов В. Н.** Проблемы информатизации социального пространства (механизмы сбалансированности федеральных и региональных программ) / В. Н. Иванов, Г. П. Лесников, В. Л. Зайченко. – М. : Социс, 1994. – 236 с.

4. **Кривобоков И. А.** Социальный мониторинг : теоретико-методологическое обоснование, статистический анализ: дисс. ... канд филос. наук : 22.00.04 / Игорь Алексеевич Кривобоков. – М., 1994. – 116 с.

5. **Серов П. К.** Социологический мониторинг: вопросы теории и практики / П. К. Серов // Социология и проблемы перестройки. – Л. : Лениздат, 1988. – Ч. 2. – С. 22–41.

6. Социальные технологии: толковый словарь / [под ред. Л. Я. Дятченко, В. Н. Иванова]. – М. : Белгород, 1995. – 286 с.

7. Статистический словарь / [гл. ред. М. А. Королев]. – 2е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 1989. – 623 с.

8. Теория и практика связей с общественностью: учеб. / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов, А. С. Тарасов. – СПб. : Питер, 2006. – 240 с.

9. **Тихомирова Є. Б.** Зв'язки з громадськістю : Навчальний посібник / Є. Б. Тихомирова. – К. : НМЦВО, 2001 – 560 с.

10. **Kaid L. L.** Encyclopedia of Political Communication / Lynda Lee Kaid, Christina Holtz-Bacha. – Thousand Oaks, CA : Sage Publications, 2008. – 1104 p.