ГУРОВ & ПАРТНЕРЫ
коммуникационная группа

Brand Analytics

Эффективность присутствия российских политических партий в сети Интернет

Москва 2016

Введение

***Филипп Гуров**,*
руководитель проекта,
генеральный директор
Коммуникационной группы
«Гуров и партнеры»

Два первых рейтинга, вышедшие в декабре и марте, вызвали большой интерес со стороны СМИ, политтехнологов и представителей различных политических сил. Большинство экспертов отметило важность подобных исследований. Некоторые партии смогли использовать нашу методологию как инструкцию по доработке собственных веб-представительств. Благодаря этому, одна из наших целей – сделать сайты более удобными и информативными – в определенном смысле была достигнута.

В то же время, многие эксперты отмечали, что говорить о присутствии партий в Сети можно, лишь учитывая их активность в новых медиа, и социальные сети не менее важны, чем официальные сайты.

В новом рейтинге мы использовали результаты масштабного исследования, проведенного по нашей просьбе компанией Brand Analytics в мае 2016 года. Наши коллеги проанализировали почти 670 млн сообщений в социальных сетях за месяц, а также официальные страницы и сообщества всех политических партий в Facebook и Вконтакте.

Скорректированная методология гораздо полнее показывает реальное присутствие партий в Сети. В итоге поменялась тройка лидеров. На первое место уверенно вырвалась КПРФ (четвертое место прошлого рейтинга), «Единая Россия» опустилась на второе. Отрыв двух этих партий от конкурентов весьма заметен. Третье место сохраняет ЛДПР.

***

В политической жизни digital-инструменты начинают играть всё более важную роль. И очевидно, что Интернет будет одним из главных каналов коммуникации на предстоящих выборах.

Изменения в законодательстве стимулировали появление новых политических партий. При всех позитивных аспектах этого процесса, надо отметить, что это серьезно запутало многих избирателей. Ряд организаций предположительно является «спойлерами», либо создан для последующей продажи. С другой стороны, некоторые партии, обвиняемые в «спойлерстве», неожиданно начинают выступать с интересными политическими инициативами и работают гораздо активнее своих конкурентов.

Анализ сайта партии позволяет сделать «экспресс-оценку» того, насколько серьезно настроена организация. Но и здесь часто возникает путаница. Названия некоторых партий почти совпадают. Многие сайты работают некорректно, либо слишком сильно похожи на конкурентов. К примеру, при поиске «Партии Человека Труда», пользователи попадают на старую версию сайта «Трудовой партии России». А «Демократическую партию России» легко перепутать с «Демократической правовой Россией»... Мы надеемся, что наш рейтинг позволит избирателям лучше разобраться в происходящем на политическом поле.

При выборе критериев для оценки сайтов мы отталкивались не столько от закона о политических партиях — в нём интернет-представительствам должное внимание не уделено, сколько от законодательных требований к сайтам органов власти. Кроме того, мы использовали сложившиеся подходы к оценке этапов развития информационного общества.

Весьма ценным для нас оказался опыт Фонда свободы информации, который ранее выпускал аналогичные рейтинги для различных организаций, но прекратил свою работу.

Мы постарались использовать лучшие наработки коллег, адаптировав их к текущей ситуации и, в определенном смысле, упростив. К примеру, размещение множества законодательных актов на сайте политической партии может быть полезным, но отнюдь не говорит о ее «информационной открытости». Точно также бессмысленно требовать от политической организации присутствия во всех имеющихся социальных сетях — коммуникационные каналы следует выбирать в зависимости от целевой аудитории и решаемых партией задач. Отметим, что многие российские партии лишь недавно начали свой путь, и ожидать, что они разместят на сайте большое количество разнопланового

контента, явно преждевременно.

Оценивая сайты, надо обращать внимание не только на их информационное наполнение, но и на технологические характеристики, а также дизайн и уровень usability (то есть, насколько сайт удобен в использовании). Мы также включили параметры цитирования сайта (высокий уровень цитируемости в 3 Интернете не только показывает популярность партии и востребованность ее материалов, но и обеспечивает лучшее присутствие в поисковой выдаче). Наконец, немаловажным стала информация о том, кто является администратором официального домена партии. Анализ показал, что многие домены были утрачены политическими организациями — сейчас их сайты используются либо коммерческими фирмами, либо конкурентами.

Говорить об эффективности присутствия партии в Интернете можно, лишь сравнивая её с конкурентами. Это также было учтено при разработке методологии. К примеру, информация о финансовой деятельности партии отсутствует на большинстве сайтов. Поэтому уже сам факт её присутствия, позволяет дать сайту партии положительную оценку. А для оценки контента, присутствующего на сайте большинства партий, используется более щепетильный подход.

Оценка проводилась для всех зарегистрированных партий, упомянутых на сайте Министерства юстиции Российской Федерации (http://minjust.ru/ru/nko/gosreg/partii/spisok), вне зависимости от ведения ими реальной деятельности.

На момент проведения исследования ряд сайтов находился на реконструкции или работал некорректно. Далеко не всегда очевидно, что конкретный сайт является для партии официальным. Допускаем, что отдельные сайты могли не попасть в рейтинг из-за недружественности по отношению к поисковым системам, либо запрета на индексацию страниц поисковыми роботами.

Методология рейтинга

Для оценки сайтов политических партий использовался 41 параметр, которые можно весьма условно разбить на три группы — информационная открытость, интерактивность и присутствие в социальных медиа, технологичность.

Показатели первой группы (17 штук) говорят о наличии на сайте информации, полезной для посетителей. Второй (12 штук) — о наличии сервисов взаимодействия с пользователями и присутствии партии в новых медиа. И третьей (12 штук) — о корректности работы сайта и удобстве его использования.

Параметры, оценивающие активность партий в социальных сетях (индекс вовлеченности и количество упоминаний), дают от 0,00 до 19,00 баллов. Все

остальные параметры – от 0,00 до 1,00 баллов (большинство параметров оценивается бинарным способом, для других существуют дополнительные градации). Таким образом, максимальное количество баллов, которое может набрать сайт партии, составляет 77,00.

Показатель эффективности присутствия партии в Интернете (ЭИП) рассчитывается в процентах как отношение количества баллов, набранных партией, к максимально возможному. К примеру, если сайт набрал 38,50 баллов, ЭИП составит 50,00%.

При оценке сайтов каждый показатель оценивался минимум двумя экспертами. Итоговый балл ставился только после того, как эксперты приходили к единому мнению. Это позволило снизить количество возможных ошибок.

В финале составлена таблица с итоговыми местами сайтов политических партий по показателю ЭИП.

По этому показателю партии, имеющие сайты, можно разделить на пять условных групп.

ЭИП ≥ 50% — эффективное присутствие;
40% ≤ ЭИП < 50% — хорошее присутствие;
30% ≤ ЭИП < 40% — слабое присутствие;
20% ≤ ЭИП < 30% — неудовлетворительное присутствие;
ЭИП < 20% — деструктивное присутствие, то есть сайт может негативно влиять на репутацию политической партии.

В дополнение к итоговой таблице представлены таблица ТОП-10 партий по ЭИП, а также ТОП-5 по каждой из трех групп показателей.

ИТОГОВЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ

	№	ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ	Веб-сайт	Информационная открытость, баллов	Интерактивность, баллов	Технологичность, баллов	ЭИП,%
ЭФФЕКТИВНОЕ ПРИСУТСТВИЕ	1	Политическая партия **«КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**	http://kprf.ru	14,75	30,94	9,42	71,57
	2	Всероссийская политическая партия **«ЕДИНАЯ РОССИЯ»**	http://er.ru	13,25	29,43	9,67	67,98
	3	Политическая партия **ЛДПР – Либерально-демократическая партия России**	http://ldpr.ru	13,25	19,72	8,58	53,97
ХОРОШЕЕ ПРИСУТСТВИЕ	4	Политическая партия **«Российская объединенная демократическая партия «ЯБЛОКО»**	http://yabloko.ru	15,25	13,41	8,33	48,04
	5	Политическая партия **«СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ»**	http://spravedlivo.ru	15,25	10,04	7,83	43,02
СЛАБОЕ ПРИСУТСТВИЕ	6	Всероссийская политическая партия **«Партия Великое Отечество»**	http://партия великое отечество.рф	13,25	12,20	5,33	39,98
	7	Политическая партия **«Российский Объединённый Трудовой Фронт»**	http://rotfront.su	14,25	6,78	5,58	34,56
	8	Всероссийская политическая партия **«РОДИНА»**	http://rodina.ru	11,75	6,58	7,33	33,33
	9-10	Политическая партия **«ПАТРИОТЫ РОССИИ»**	http://patriot-rus.ru	12,75	5,05	6,83	33,29

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНОЕ ПРИСУТСТВИЕ

	Политическая партия **«АЛЬЯНС ЗЕЛЕНЫХ»**	http://russian-greens.ru	14,75	4,05	6,83	33,29
11	Политическая партия **«Партия народной свободы»** (ПАРНАС)	http:// parnasparty.ru	12,00	7,54	5,83	32,95
12	Общероссийская политическая партия **«ВОЛЯ»**	http://volya-naroda.ru	13,25	5,96	5,33	31,87
13	Политическая партия **«Родная Партия»**	http:// родпарт.рф	12,00	4,95	7,33	31,54
14	Политическая партия **«Гражданская Платформа»**	http://правая партия.рф	11,50	5,77	6,08	30,33
15	Политическая партия **«Демократический выбор»**	http:// demvybor.ru	13,75	2,72	6,33	29,61
16	Политическая партия **«Российская экологическая партия «Зеленые»**	http:// greenparty.ru	13,75	2,02	7,33	29,36
17-18	Общественная организация – политическая партия **«Российский общенародный союз»**	http:// vsezaros.ru	11,67	3,02	7,77	29,03
	Политическая партия **«Российская партия пенсионеров за справедливость»**	http:// ppzs.ru	13,75	2,77	5,93	29,03

19	Политическая партия **«Трудовая партия России»**	http:// t-p-r.ru	12,75	3,52	5,58	28,38
20	Политическая партия **«ПАРТИЯ ВЕТЕРАНОВ РОССИИ»**	http:// veterans russian.ru	12,00	5,15	4,67	28,33
21	Политическая партия **«КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ КОММУНИСТЫ РОССИИ»**	http:// komros.info	13,25	2,88	5,83	27,87
22	Общественная организация – Всероссийская политическая партия **«ЗАЩИТНИКИ ОТЕЧЕСТВА»**	http:// vppzo.ru	11,00	4,60	5,58	27,51
23-24	Всероссийская политическая партия **«Партия пенсионеров России»**	http:// vppppr.ru	10,00	3,77	6,77	26,54
	Всероссийская политическая партия **«Автомобильная Россия»**	http:// vppar.ru	8,75	5,60	6,08	26,54
25	Всероссийская политическая партия **«ПАРТИЯ ДЕЛА»**	http:// partyadela. ru	10,25	4,70	5,33	26,34
26	Всероссийская политическая партия **«ПАРТИЯ РОСТА»**	http:// rost.ru	12,00	2,31	5,75	26,05
27	Политическая партия **«Молодая Россия»**	http:// molross.ru	10,25	2,12	7,68	25,91

28	Политическая партия **«Партия налогоплательщиков России»**	http://pppnr.ru	11,25	3,60	5,00	25,78
29	Всероссийская политическая партия **«Социал-демократическая партия России»**	http://s-dpr.ru	9,75	4,00	5,68	25,11
30	Политическая партия **«Демократическая правовая Россия»**	http://democrat-russian.ru	11,25	1,51	6,33	24,80
31-32	Политическая партия **«Национальный курс»**	http://нацкурс.рф	9,25	3,50	6,33	24,78
	Политическая партия **«Российская Социалистическая партия»**	http://rspart.ru	8,75	4,00	6,33	24,78
33	Всероссийская политическая партия **«Женский Диалог»**	http://partiyawd.ru	10,75	1,36	6,58	24,28
34	Всероссийская политическая партия **«Гражданская инициатива»**	http://grazhdan-in.ru	11,00	2,01	5,67	24,26
35	Политическая партия **«Рожденные в Союзе Советских Социалистических Республик»**	http://рождённые-в-ссср.рф	10,67	3,85	3,58	23,51
36	Общественная организация Всероссийская политическая партия **«Гражданская Сила»**	http://gr-sila.ru	9,75	2,50	7,33	23,48

37	Всероссийская политическая партия **«Аграрная партия России»**	http://агро-партия.рф	12,00	2,37	4,68	23,32
38	Общероссийская политическая партия **«ДОСТОИНСТВО»**	http:// dostoin.org	11,00	3,00	3,83	23,16
39	Политическая партия **«Монархическая партия»**	http:// monpartya. ru	9,75	2,33	6,10	22,18
40	Общероссийская политическая партия **«РАЗВИТИЕ РОССИИ»**	http:// razvitierossii. ru	8,00	2,60	6,33	21,99
41	Общероссийская политическая партия **«НАРОД ПРОТИВ КОРРУПЦИИ»**	http:// party-npk. ru	11,75	0,61	4,33	21,68
42	Политическая партия **«Партия Духовного Преображения России»**	http:// pdpr.info	9,25	3,60	3,83	21,67
43	Всероссийская политическая партия **ПАРТИЯ ЗА СПРАВЕДЛИВОСТЬ!**	http:// parzs.ru	8,75	2,75	6,27	21,65
44	Общественная организация — Политическая партия **«Партия Возрождения России»**	http:// pvros.ru	10,00	3,00	3,33	21,21
45	Российская политическая **Партия Мира и Единства**	http:// pmerf.ru	7,25	4,50	5,00	21,10

ДЕСТРУКТИВНОЕ ПРИСУТСТВИЕ

46	Политическая партия **«Казачья партия Российской Федерации»**	http:// kaprf.ru	12,00	0,12	4,00	20,94
47	Всероссийская политическая партия **«Союз Труда»**	http:// soyuztruda. ru	10,00	1,12	4,83	20,72
48	Общественная организация — Политическая партия **«ПАРТИЯ РОДИТЕЛЕЙ БУДУЩЕГО»**	http://www. родители страны.рф	9,75	0,02	4,83	20,26
49	Всероссийская политическая партия **«Партия свободных граждан»**	http:// svoboda vnutry.ru	9,00	0,13	5,93	19,43
50	Политическая партия **«Объединённая партия людей ограниченной трудоспособности России»**	http:// oplot-rf.ru	9,92	0,50	4,33	19,16
51	Общероссийская политическая партия **«Народная партия «За женщин России»**	http:// заженщин. рф	7,17	1,01	6,33	18,84
52	Общественная организация политическая партия **«Возрождение аграрной России»**	http:// agro-party. ru	8,50	0,00	4,83	18,74
53	Всероссийская политическая партия **«Партия Возрождения Села»**	http:// партия возрождения села.рф	7,50	0,60	4,58	17,77
54	Политическая партия **«Объединенная аграрно-промышленная партия России»**	http:// oappr.ru	7,25	0,10	5,33	16,47

55	Всероссийская политическая партия **«ЧЕСТНО» /Человек. Справедливость. Ответственность/»**	http:// partiya chestno. org	6,67	1,60	4,33	16,36
56	Общественная организация Политическая партия **«Партия Поддержки»**	http:// партия-поддержки. рф	4,75	0,00	6,42	15,80
57	Общественная организа-ция — Политическая партия **«Добрых дел, защиты детей, женщин, свободы, природы и пенсионеров»**	http:// dobropart. ru	6,00	0,00	3,75	13,96
58	Всероссийская политическая партия **«НАРОДНЫЙ АЛЬЯНС»**	http:// people salliance.ru	0,00	0,97	0,00	1,26
59	Политическая партия **«Города России»**	нет	0,00	0,29	0,00	0,38
60-61	Политическая партия **«УМНАЯ РОССИЯ»**	нет	0,00	0,01	0,00	0,01
	Политическая партия **«Против всех»**	нет	0,00	0,01	0,00	0,01
62-77	Политическая партия **«Коммунистическая партия социальной справедливости»**	нет				
	Политическая партия **«Гражданская Позиция»**	нет				

	Политическая партия **«Демократическая партия России»**	нет				
	Политическая партия **«Союз Горожан»**	нет				
	Всероссийская политическая партия **«Народная партия России»**	нет				
	Политическая партия **СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ**	нет				
	Политическая партия **«НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ»**	нет				
	Политическая партия **«Российская партия народного управления»**	нет				
	Политическая партия **«Партия СОЦИАЛЬНОЙ СОЛИДАРНОСТИ»**	нет				
	Всероссийская политическая партия **«Российская партия садоводов»**	нет				
	Политическая партия **«Партия защиты бизнеса и предпринимательства»**	нет				

	Политическая партия **«Спортивная партия России «ЗДОРОВЫЕ СИЛЫ»**	нет				
	Политическая партия **«Партия Человека Труда»**	нет				
	Политическая партия **«Партия Социальных Реформ»**	нет				
	Всероссийская политическая партия **«Интернациональная партия России»**	нет				
	Всероссийская политическая партия **«ПАРТИЯ ПРОФЕС-СИОНАЛОВ»**	нет				

ТОП-10 ПО ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИСУТСТВИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

№	ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ	ЭИП, %
1	Политическая партия **«КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**	71,57
2	Всероссийская политическая партия **«ЕДИНАЯ РОССИЯ»**	67,98
3	Политическая партия **ЛДПР – Либерально-демократическая партия России**	53,97
4	Политическая партия **«Российская объединенная демократическая партия «ЯБЛОКО»**	48,04
5	Политическая партия **«СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ»**	43,02
6	Всероссийская политическая партия **«Партия Великое Отечество»**	39,98
7	Политическая партия **«Российский Объединённый Трудовой Фронт»**	34,56
8	Всероссийская политическая партия **«РОДИНА»**	33,33
9-10	Политическая партия **«ПАТРИОТЫ РОССИИ»**	33,29
9-10	Политическая партия **«АЛЬЯНС ЗЕЛЕНЫХ»**	33,29

САМЫЕ ИНФОРМАЦИОННО ОТКРЫТЫЕ САЙТЫ

№	ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ	баллы
1-2	Политическая партия **«СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ»**	15,25
1-2	Политическая партия **«Российская объединенная демократическая партия «ЯБЛОКО»**	15,25
3-4	Политическая партия **«АЛЬЯНС ЗЕЛЕНЫХ»**	14,75
3-4	Политическая партия **«КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**	14,75
5	Политическая партия **«Российский Объединённый Трудовой Фронт»**	14,25

РЕЙТИНГ ИНТЕРАКТИВНОСТИ И ПРИСУТСТВИЯ В НОВЫХ МЕДИА

№	ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ	баллы
1	Политическая партия **«КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**	30,94
2	Всероссийская политическая партия **«ЕДИНАЯ РОССИЯ»**	29,43
3	Политическая партия **ЛДПР – Либерально-демократическая партия России**	19,72
4	Политическая партия **«Российская объединенная демократическая партия «ЯБЛОКО»**	13,41
5	Всероссийская политическая партия **«Партия Великое Отечество»**	12,20
6	Политическая партия **«СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ»**	10,04

САМЫЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИ РАЗВИТЫЕ САЙТЫ

№	ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ	баллы
1	Всероссийская политическая партия **«ЕДИНАЯ РОССИЯ»**	9,67
2	Политическая партия **«КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**	9,42
3	Политическая партия **«Российская объединенная демократическая партия «ЯБЛОКО»**	8,58
4	Политическая партия **ЛДПР – Либерально-демократическая партия России**	8,33
5	Политическая партия **«СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ»**	7,83

ПОКАЗАТЕЛИ, ИСПОЛЬЗУЮЩИЕСЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ САЙТОВ

ГРУППА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ОТКРЫТОСТИ

1. Наименование политической партии.

Пользователю должно быть сразу понятно, что он находится на сайте политической партии (+0,3334 балла). На сайте должно быть размещено не только краткое (+0,3333 балла), но и полное (+0,3333 балла) наименование партии.

2. Наличие устава и программы партии.

3. Наличие контактной информации.

4. Наличие информации о лидерах политической партии.

5. Наличие информации о региональных отделениях политической партии.

6. Информация о членстве в политической партии.

7. Информация о вступлении в политическую партию.

8. Наличие актуального динамического контента.

При наличии новостей на сайте начисляются +0,50 балла. Если новости обновлялись не позднее, чем два месяца тому назад — ещё +0,50 балла.

9. Наличие анонсов мероприятий партии.

10. Перепечатка публикаций о политической партии в СМИ, либо ссылки на них.

Баллы по данному показателю начисляются при наличии хотя бы двух публикаций.

11. Информация о финансах политической партии.

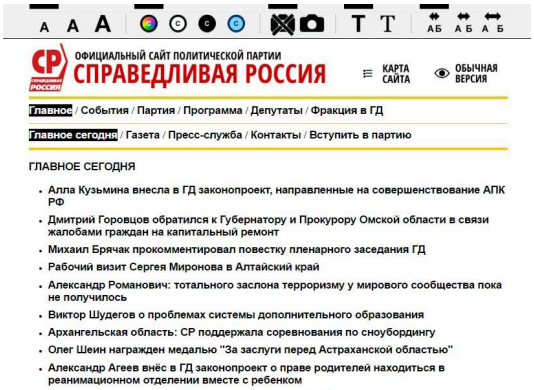
12. Наличие фотоматериалов на сайте.

13. Наличие мультимедийных материалов на сайте.

14. Обозначение времени и даты размещения и изменения информации на сайте.

Если дата размещена в большинстве материалов сайта (например, в новостях), начисляется +0,75 балла. Если она также размещена в большинстве статических разделов — дополнительно начисляется +0,25 балла.

15. Отсутствие рекламы товаров и коммер-



Сайт «Справедливой России» оказался одним из лидеров по информационной открытости. Стоит отметить уважительное отношение к людям с ограниченными возможностями. Для слабовидящих есть специальная версия.

Коммерческая реклама присутствует на сайтах ряда партий. Например, «Коммунисты России» предлагают ремонт ноутбуков прямо на главной странице.

ческих услуг на сайте партии.

16. Наличие ссылок на иные сайты партии в Сети (в том числе, сайты региональных отделений или сайты, посвященные проектам партии).

17. Наличие дополнительного контента.

Иноязычная версия сайта; аналитические материалы; часто задаваемые вопросы; материалы для размещения сторонниками партии в Интернете — за каждый вид контента начисляется +0,25 балла.

ГРУППА ПАРАМЕТРОВ ИНТЕРАКТИВНОСТИ И ПРИСУТСТВИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

1. Наличие раздела для журналистов.

+0,75 балла, зачисляется при наличии раздела, дополнительно +0,25 балла, если имеются материалы для скачивания (фотографии лидеров, эмблема партии и т.д.).

2. Наличие формы отправки сообщений для пользователей («электронные приемные»).

3. Наличие сервисов онлайн-голосования для граждан.

4. Наличие интерактивной формы заявления на вступление в политическую партию.

5. Интеграция с социальными сетями и сервисами.

1,00 балла начисляется при условии глубокой интеграции с социальными сетями, когда сайт приобретает элементы интерактивного ньюсрума.

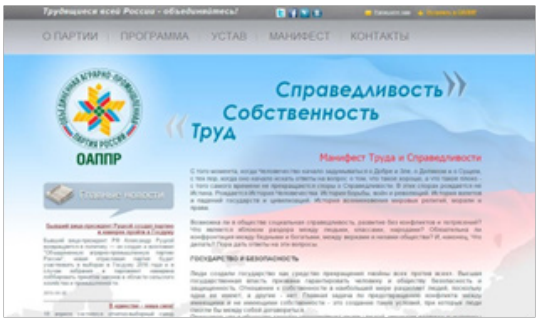
Незначительно меньше (0,90 балла) сайт получает, если ограничивается ссылками на группы в социальных сетях. Если партия присутствует лишь в одной социальной сети, либо интеграция с новыми медиа ограничена возможностью делиться материалами сайта, присваивается 0,50 балла. Присутствие в социальных сетях при наличии неработающих, «фейковых», кнопок на сайте уменьшает показатель до 0,25 балла.

6. Наличие поиска.

0,25 балла — поиск средствами внешней поисковой системы,

0,50 балла — простой поиск на сайте,

«ЯБЛОКО» наиболее полно и открыто освещает свою финансовую деятельность. На сайте большинства партий такие разделы просто отсутствуют.



Одна из самых распространенных ошибок — использование «фейковых» кнопок социальных сетей. Возможно, партии собираются осваивать новые медиа в дальнейшем, но сейчас по таким кнопкам нельзя никуда перейти. Как, например, на сайте «Объединенной аграрно-промышленной партии России».

1,00 балла — расширенный поиск.

7. Возможность подписки на новости

Засчитывается как email-подписка, так подписка через RSS.

8. Наличие иных интерактивных сервисов.

9. Наличие открытой информации о посещаемости сайта.

10. Цитируемость сайта.

1,00 балла — при высокой цитируемости сайта (тИЦ Яндекс ≥1000);

0,50 балла — при тИЦ ≥ 100;

0,10 балла — при тИЦ ≥ 10.

11. Индекс вовлеченности (ENGAGEMENT RATE) в социальных медиа.

Индекс вовлеченности (показатель активности читателей в сообществе или на официальной странице партии) рассчитывался как сумма комментариев, отметок «Мне нравится» и «Поделиться» ко всем публикациям в социальных группах партии за месяц. Для аккаунтов, которые не были верифицированы на официальном сайте партии, использовался понижающий коэффициент – 0,75. Оценка производилась по аккаунтам партий в социальных сетях ВКонтакте и Facebook, доступным для публичного просмотра. Закрытые сообщества не учитывались.

Максимальный коэффициент в 19 пунктов соответствует максимальному количеству активностей, набранных одной партией за один месяц – 65 425. Коэффициенты остальных партий рассчитывались методом пропорции.

12. Количество упоминаний партий в социальных медиа.

Для оценки уровня внимания к политическим партиям пользователей соцмедиа было подсчитано количество упоминаний партии по всех словоформах и вариантах написания. В том числе были учтены сокращения, хэштеги, написания с орфографическими ошибками и жаргонизмы. Для расчёта рейтинга было обработано 669 миллионов русскоязычных сообщений, опубликованных за месяц в социальных медиа. Источниками данных для анализа сообщений выступили популярные социальные сети и сервисы: ВКонтакте, Facebook, Instagram, Twitter, «Мой Мир»,

«Единая Россия» наиболее активно осваивает новые коммуникационные инструменты. Благодаря интеграции с социальными сетями и сервисами и использованию мобильных технологий, партия не только заняла первое место по интерактивности, но и «победила» в итоговом рейтинге.

Сайт КПРФ утратил лидирующие позиции по технологическим показателям, но остается одним из самых надежно работающих.

YouTube, G+, а также блоги, форумы, комментарии к новостям. Сообщения спам-ботов не учитывались.

Максимальный коэффициент в 19 пунктов соответствует максимальному количеству упоминаний одной партии за один месяц – 260 559. Коэффициенты остальных партий рассчитывались методом пропорции.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ

1. Корректное отображение в браузере Google Chrome.

2. Корректная работа в браузерах Internet Explorer, Mozilla Firefox, Safari, Opera.

1,00 балла зачисляется только при корректной работе во всех браузерах (за исключение устаревших версий).

0,75 балла –при неадекватной работе лишь в одном из браузеров.

Если сайт некорректно работает в двух и более браузерах, баллы не зачисляются.

3. Мобильная версия.

0,50 балла при корректном отображении на мобильных устройствах.

0,75 балла при наличии специальной мобильной версии.

1,00 балла при наличии мобильных приложений для пользователей.

4. Ссылочная целостность сайта *(т.е. отсутствие «битых», неработающих, ссылок).*

5. Наличие контактов разработчиков сайта или веб-мастера для направления технических замечаний.

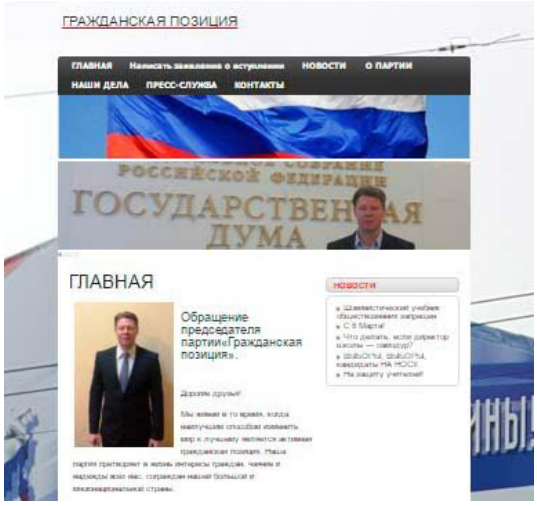
6. Удобство навигации.

+ 0,3334 балла зачисляются при наличии на каждой странице сайта прямой ссылки на главную страницу.

Дополнительно +0,3333 балла — при наличии «карты» сайта и столько же (+0,3333 балла) при наличии тегов или иных дополнительных средств навигации.

7. Поддержка лиц с ослабленным зрением.

8. Возможность масштабирования шрифта и элементов интерфейса средствами веб-обозревателя.



Отрыв ведущих сайтов от аутсайдеров весьма велик. Вот так, к примеру, выглядит сайта «Гражданской позиции», находящийся на одном из последних мест.

9. Возможность удобного скачивания материалов с сайта.

+0,75 балла зачисляют при указании формата файлов для скачивания.

Дополнительно +0,25 балла — при указании размера файлов.

10. Профессиональный дизайн и usability.

Единственный субъективный показатель. Оценивался четырьмя экспертами, которые должны были прийти к единому мнению. При наличии качественного дизайна, сайт получает 1,00 балла. Дизайн приемлемого качества дает 0,50 балла. Использование бесплатных шаблонов – «темплейтов», нелогичное зонирование, множественные ошибки в верстке снижают показатель до 0,00 балла.

11. Наличие версии для печати.

+0,75 балла — только для динамического контента; дополнительно +0,25 балла — также для большинства статических страниц.

12. Регистрация доменного имени на партию.

МНЕНИЯ НЕЗАВИСИМЫХ ЭКСПЕРТОВ О ПРОШЛЫХ РЕЙТИНГАХ

Евгений Минченко,
глава холдинга «Минченко Консалтинг», председатель комитета РАСО по политическим технологиям

Качественная работа в Интернете сегодня необходимое условие успеха политического проекта. Количество интернет-пользователей в России растёт. Одновременно растёт и конкуренция информационных каналов, и критичность избирателей по отношению к традиционным СМИ.

С интересом ознакомился с исследованием. Для меня неожиданными оказались высокие показатели «Единой России». Однако они коррелируют с недавними данными ВЦИОМ, которые показали, что разделение на «партию телевизора» и «партию Интернета» — это миф. Рейтинги Путина и ЕР среди активных пользователей Интернета и в рамках всей выборочный совокупности значимо не отличаются.

Видимо, многому стоит поучиться относительно работы в Интернете и непарламентским партиям, в том числе и тем, которые претендуют на «технологическую продвинутость».

Станислав Наумов,
президент Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО)

Придумывать ретинги научились многие. Делать хорошие получается не всегда. Это как стартап. Нужно чтобы прошло несколько раундов соинвестирования. Что инвестируется? Доверие. Что в результате для организатора? Признание. Как бы то ни было, данный рейтинг интересен очередной попыткой дать три-четыре четких обновленных измерения вроде бы такой традиционной форме существования как партийная жизнь. С этим все понятно. Сами по себе стартовые результаты носят в хорошем смысле слова провокационный и промежуточный характер. Но вслед за возможным несогласием с чьей-либо стороны должна последовать и дискуссия о степени реальной открытости и интерактивности и депутатов от партий и министров от партий. А мы разберемся, чьи информационные и коммуникативные ресурсы оправдали использование вложенных в них сил — без опасений обидеть лиц, принимающих решения. Главное, чтобы сохранялся творческий настрой на привлечение реального и неподдельного внимания гражданского общества.

Коллегам удалось сделать не только рейтинг, но и полноценную «дорожную карту» для тех, кому предстоит создать сайт политической партии или переделать существующий. Более того — многие из детально описанных критериев применимы к большинству других сайтов: не только политических и общественных организаций, но и бизнес-структур. Например, удобство скачивания материалов, корректная работа во всех популярных браузерах, наличие поиска по сайту, форма обратной связи и т.д. Словом, предложенный документ — хорошая «шпаргалка» для тех, кто работает над созданием собственного сайта.

И отдельно хотелось бы отметить тот факт, что при отборе критериев оценки в «Гуров и партнеры» смогли подобрать правильный баланс между формой и содержанием сайтов. В digital-среде давно витает риторический вопрос: «Что важнее дизайн или контент?». Ответ на него прост: истина посередине. Нужен баланс, чтобы первое помогало второму.

Независимо от тематики любой сайт должен эффективно выполнять свою функцию. Если интернет-магазин должен продавать, то сайт политической партии — информировать и способствовать обработке поступающих от населения запросов.

Анатолий Денисов,
главный редактор проектов «Рейтинг Рунета» & CMS Magazine

Проведение такого рейтинга в самом начале нового большого электорального года не может не радовать. На разработку серьезного портала уходит иногда до 6-7 месяцев, поэтому чем раньше будет проведена работа над ошибками и чем быстрее партии начнут делать сайты, которые нравятся избирателям, а не начальству, тем больше шансов у них войти в официальную кампанию с нормальными рабочими интернет-ресурсами. То, что избиратель — это бабушка, прижимающая ухо к проводному радиоприемнику, давно не так. Интернет становится все более серьезным политическим и технологическим фактором на выборах. И не только в Москве и миллионниках, но и в консервативных регионах.

Мне кажется, что в этом исследовании не хватает анализа активности партий и их публичных лиц в социальных сетях. Ведь иногда Инстаграм политика оказывается популярнее всех иных вместе взятых интернет-ресурсов.

Денис Терехов,
генеральный директор агентства «Социальные сети»

Хотел бы, в первую очередь, обратить внимание на целевую аудиторию сетевых представительств политических партий. У нас в стране это не столько рядовые избиратели, сколько журналисты и региональные партийные активисты. И для них партийный сайт должен быть складом новостей, официальных комментариев, макетов утвержденных агитматериалов и качественных видео- и фотоматериалов. Чтобы можно было брать и сразу публиковать в СМИ или отдавать в типографию на печать.

По наличию и качеству видеоматериалов, освещающих ежедневную, да хотя бы еженедельную, партийную жизнь сайты наших ведущих партий значительно отстают от европейских, американских и латиноамериканских.

К сожалению, вместо того, чтобы снимать свое простое, качественное и понятное, почти все сайты тиражируют ссылки на выступления своих лидеров на ТВ. А там формат и подача не всегда для них выгодные. Кроме того, так ни одна из партий и не решила вопрос о своем серьезном присутствии в основных социальных сетях — «ВКонтакте» и «Одноклассниках». Агитация там просто не ведется, и сторонники мобилизуется в этих сетях формально или самопроизвольно. По-хорошему, сайт партии и социальная сеть должны взаимно переплетаться и дополнять друг друга. Сайт партии сегодня — это не визитка с агитнекрологами, а инструмент ежедневной агитработы. Своеобразная электронная «Искра». Но не все партбоссы и ответственные за Интернет это понимают.

Вячеслав Смирнов,
директор НИИ политической социологии

Я «проверил» исследование по альтернативному методу. Я зашел на каждый из первых двадцати сайтов и расставил каждой партии баллы от одного до пяти по двум критериям: стал бы я голосовать за эту партию и захотел бы я в нее вступить, основываясь только на содержании сайта. Мой рейтинг оказался очень похож на распределение от «Гуров и партнеры», и это говорит мне, что методика работает.

Кстати, я считаю, что методика исследования даже важнее его результатов. Фактически это готовая спецификация на качественный сайт политической партии. На месте разработчиков существующих сайтов я бы проверил их на соответствие предложенному списку критериев и исправил найденные недочеты. Для многих политически активных граждан сайты партий станут едва ли не основным ориентиром в формировании предпочтений на предстоящих выборах. А уровень проникновения Сети уже не позволяет игнорировать интернет-аудиторию.

Дмитрий Васильев,
генеральный директор компании NetCat

Авторы рейтинга

Коммуникационная группа «Гуров и партнеры» (www.gurovpr.ru) — одно из ведущих отечественных PR-агентств. Работает с 2007 года и специализируется на стратегических коммуникациях, технологическом PR, работе со СМИ и digital-консалтинге.

Среди ключевых клиентов агентства — крупнейшие IT-компании, финансовые и промышленные структуры, органы власти, общественные и научные организации.

Brand Analytics (www.br-analytics.ru) — лидирующая на российском рынке система мониторинга и анализа информационного поля бренда в социальных медиа и онлайн-СМИ. Компания находится в диалоге с представителями всех основных соцсетей, видя свою миссию в дальнейшем развитии измерений рынка социальных медиа.

Контакты для связи

info@gurovpr.ru

+7 (495) 930-81-52

ТРЕТЬЕ ДЕКАБРЯ
veretennikov.info
дизайн