



ГУРОВ & ПАРТНЕРЫ
ЦЕНТРАЛЬНАЯ АЗИЯ
PR-агентство

Эффективность присутствия кыргызских политических партий в сети Интернет

Введение

В 2015-2016 годы в России вышло четыре рейтинга эффективности присутствия политических партий в сети Интернет (ЭИП), которые вызвали широкий интерес как со стороны СМИ, так и политических партий. Разработанная Коммуникационной группой «Гуров и партнеры» методология была использована некоторыми партиями как инструкция по доработке недочетов собственных сайтов. Благодаря этому, сайты стали более информативными и удобными для пользователей, что положительно отразилось на имидже партий.

Опираясь на российский опыт, мы провели исследование ЭИП в Республике Кыргызстан, что позволило нам сделать выводы о крайне низкой вовлеченности политических партий в цифровую среду.

В стране из зарегистрированных 243 партий, лишь 5 партий имеют свои веб-сайты, тем самым обозначив свои официальные представительства в digital-пространстве – это две парламентские партии («Республика-Ата-Журт» и «Ата-Мекен»¹) и три не представленных в парламенте, политических партии («Партия Зеленых», «Аруу эл» и ОРДО). Вместе с тем, по своему содержанию веб-сайты всех перечисленных партий, характеризуется слабой подачей информации о деятельности своей организации. Создается ощущение, что данные партии не имеют как такового представления о стандартах разработки веб-предствительств и не пользуются услугами профессиональных компаний.

При этом необходимо учитывать, что из 243 партий более или менее активную деятельность ведет лишь малое количество – порядка 20-ти партий, и то примерно за полгода до начала выборов в парламент и накануне местных выборов (в аильные и городские кенеши).

¹ Сайт «Ата-Мекен» на момент публикации данного рейтинга стал недоступен.

Подавляющая же часть зарегистрированных партий продолжает существовать лишь в регистрационных документах, почти не осуществляя даже фрагментарной деятельности.

Отсутствие веб-сайтов негативно сказывается не только на избирательном процессе, но и на имидже политических партий. Прежде всего, это вопрос доверия: у граждан может сложиться впечатление, что партия что-то скрывает. Во-вторых, процесс вступления в партию становится более трудоемким: вместо того, чтобы отправить анкету онлайн, человек должен прийти в отделение партии. К тому же, ни на одном из сайтов нет подробной информации о членстве в партии. В-третьих, веб-сайт позволяет повысить вовлеченность аудитории. Опросы по различным проблемам, возможность задать вопрос или оставить жалобу – все это создает у человека впечатление собственной важности, что положительным образом отражается на его лояльности.

Президент КР Сооронбай Жээнбеков объявил курс на цифровизацию государства, где одним из приоритетных направлений является проекты «Digital CASA» и «Цифровой Кыргызстан». Органы власти пытаются вовлечь партии в цифровую среду. Остается надежда, что политические партии в ближайшей перспективе придут к пониманию, что грамотная работа в интернет-пространстве увеличит воздействие на электорат. Эти процесс могут идти параллельно с реализацией государственной политики в сфере цифровизации.

На сегодняшний день ни одна из представленных в Сети партий не демонстрирует присутствие выше, чем слабое. Наиболее проблемной зоной является крайне низкий уровень информационной открытости.

При составлении рейтинга мы опирались на исследование, посвященное эффективности присутствия российских политических партий в сети Интернет.² Для оценки использовалось 38 параметров, разделенных на три категории:

1. информационная открытость;
2. интерактивность;
3. технологичность.

Показатели первой группы (17 штук) говорят о наличии на сайте информации, полезной для посетителей. Второй (10 штук) — о наличии сервисов взаимодействия с пользователями. И третьей (11 штук) — о корректности работы сайта и удобстве его использования.

Параметры, оценивающие активность партий, дают 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 38,00. Показатель эффективности присутствия партии в Интернете (ЭИП) рассчитывается в процентах как отношение количества баллов, набранных партией, к максимально возможному. К примеру, если сайт набрал 19 баллов, ЭИП составит 50,00%.

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.

1. $\text{ЭИП} \geq 60\%$ — эффективное присутствие;
2. $50\% \leq \text{ЭИП} < 60\%$ — хорошее присутствие;
3. $40\% \leq \text{ЭИП} < 50\%$ — слабое присутствие;

²<https://gurovpr.ru/rating5.pdf>

4. $25\% \leq \text{ЭИП} < 40\%$ — неудовлетворительное присутствие;
5. $\text{ЭИП} < 25\%$ — деструктивное присутствие, то есть сайт может негативно влиять на репутацию политической партии.

ИТОГОВЫЙ РЕЙТИНГ САЙТОВ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ

№	Политическая партия	Веб-сайт	Информационная открытость баллов	Интерактивность баллов	Технологичность баллов	ЭИП %
1	 Политическая партия «Партия Зеленых Кыргызстана»	green.kg	9,00	3,10	6,33	48,50
2	 Партия «ОРДО»	ordo.asia	8,00	3,75	4,33	42,31
3	 Политическая Социалистическая партия «Ата-Мекен»	На момент презентации рейтинга сайт был недоступен	7,50	1,35	3,83	33,37
4	 Политическая партия «РЕСПУБЛИКА АТА ЖУРТ»	respublika-atajurt.kg	4,50	1,60	5,33	30,08
5	 Политическая партия создателей «Аруу Эл»	aruuel.kg	5,25	0,75	4,33	27,18

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 (+0,50 балла).
 - На сайте размещено наименование партии (+0,50 балла).
2. Наличие устава 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 ссылка на них (+0,50 балла), размещение новостных видеосюжетов (+0,50 балла). 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 коммерческих 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

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») (+0,50 балла), возможность задать вопрос через онлайн-консультанта (+0,50 балла).
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,
 - 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 (ИКС Яндекс и другие параметры) – от 0,10 до 1,00 баллов.

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.
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. 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.

АВТОРЫ РЕЙТИНГА

«Гуров и партнеры–Центральная Азия» (www.gurovpr.kg)– крупнейшее национальное PR-агентство и единственная коммуникационная компания в Кыргызстане.

Контакты для связи

gurovprkg@gmail.com

+996 554 002 100