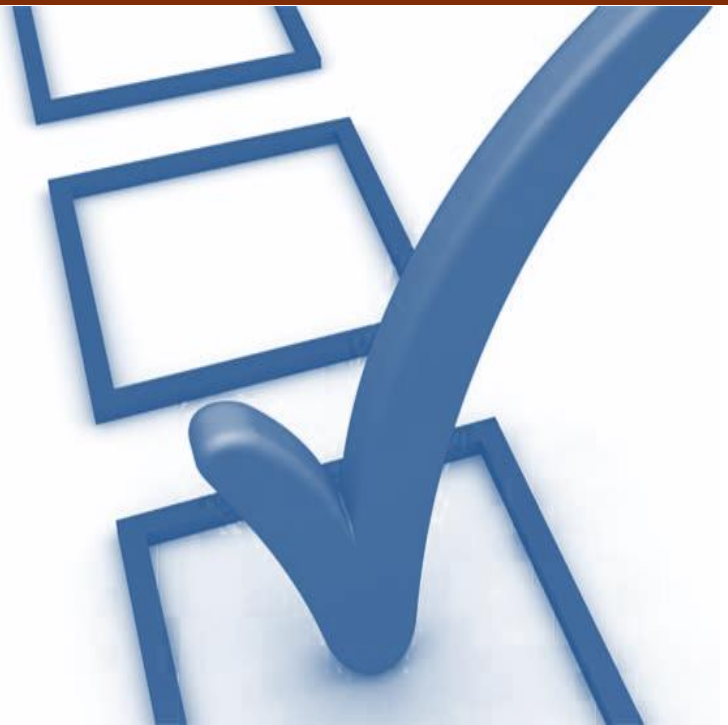
Отчет об исследовании Инструменты избирательной кампании 2016 Взгляд профессионалов

Комитет по политическим технологиям

РАСО



Комитет по политическим технологиям
РАСО

Исследование Комитета по политтехнологиям РАСО

Выводы:

1. Технологической революции на предстоящих выборах ожидать не стоит;

2. Наиболее эффективными инструментами политтехнологи считают элитные договоренности, полевую кампанию “от двери к двери” и кампанию в традиционных медиа;

3. Принципиальных различий в использовании инструментария политтехнологами разных политических сил не обнаружено. Впрочем, это может быть связано с тем, что большая часть политконсультантов в РФ всеядна и работает с различными политическими силами;

Исследование Комитета по политтехнологиям РАСО

Выводы:

4. Использование технологий Big data ограничивается их стоимостью, юридическими ограничениями на использование персональных данных избирателей и более высокой эффективностью по соотношению цена-качества традиционных технологий;

5. Не подтверждается гипотеза о наличии в России "партии телевизора" и "партии Интернета" - нет линейной зависимости между каналами коммуникации и степенью оппозиционности избирателей;

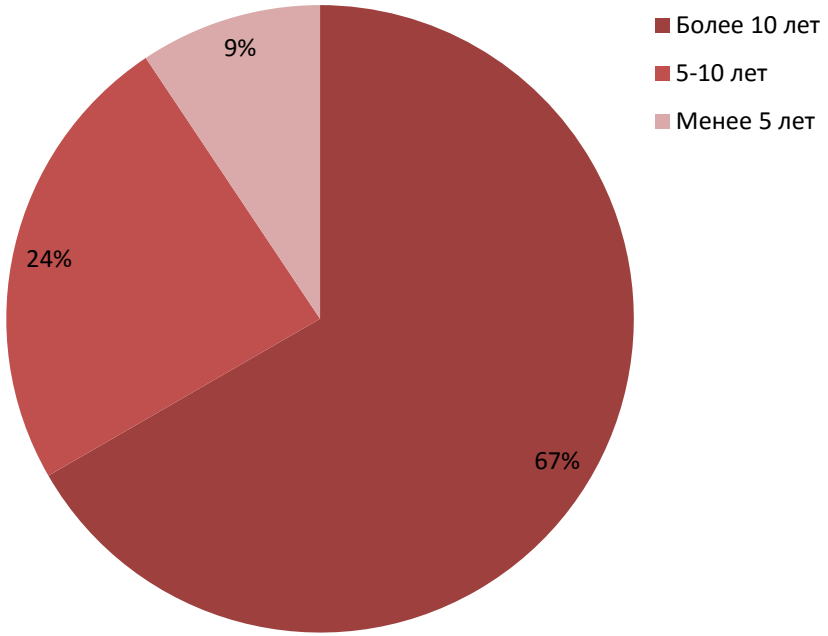
6. Можно ожидать более высокого спроса на CRM-системы управления полем.

Комитет по политическим технологиям РАСО

Исследование Комитета по политтехнологиям РАСО

Профессиональная аудитория.
Ведущие российские специалисты в области электорального процесса, практикующие политтехнологи и политконсультанты.

Опыт работы респондентов в политконсалтинге



Общее число опрошенных – 101 человек. Более 65% ответивших на вопросы анкеты занимаются профессиональной деятельностью более 10 лет.

Комитет по политическим технологиям
РАСО

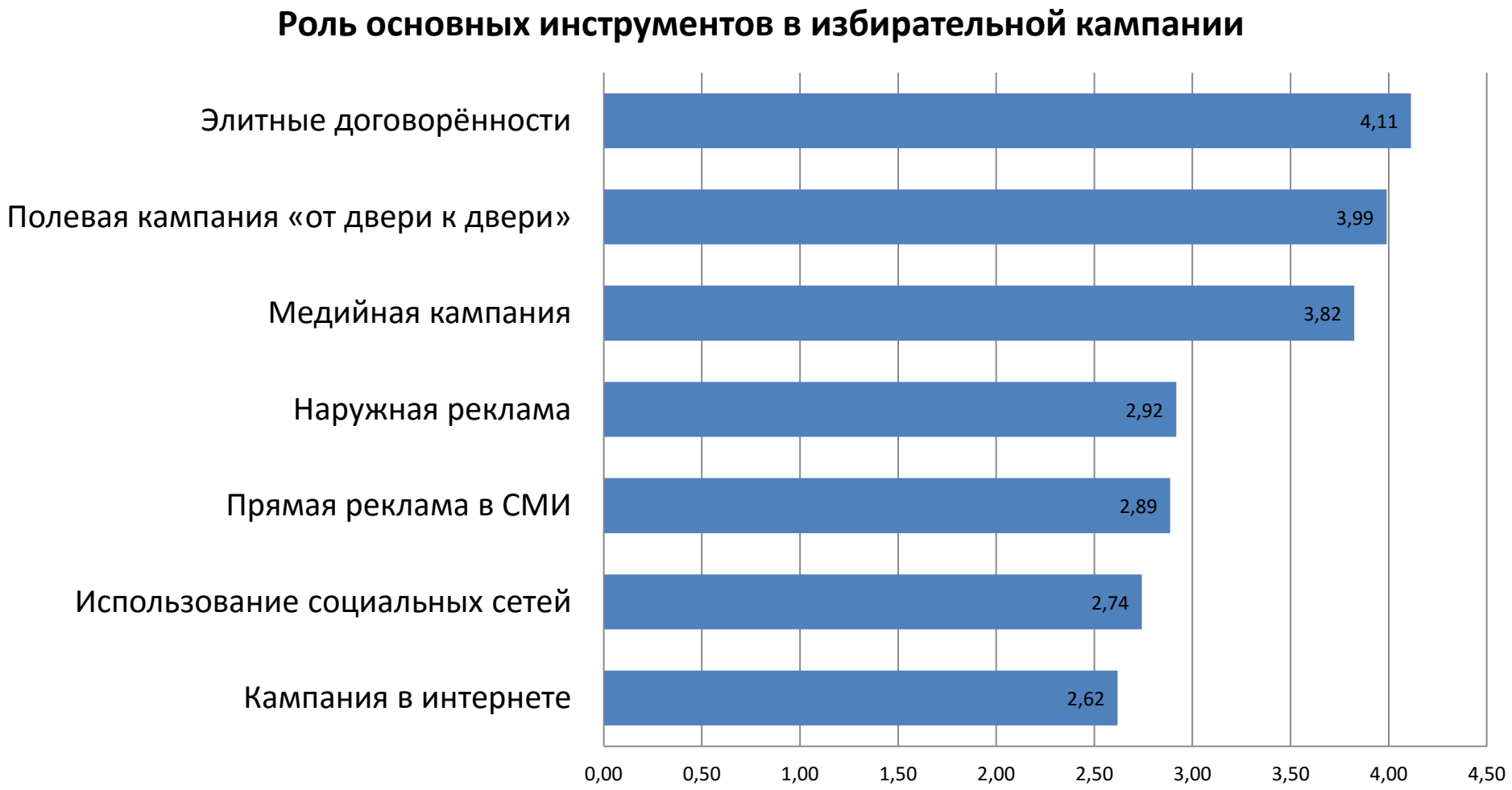
Исследование Комитета по политтехнологиям РАСО

Профессиональная аудитория.
60% ответивших являются универсалами, не имеют идеологических предпочтений и работают с разными политическими силами.

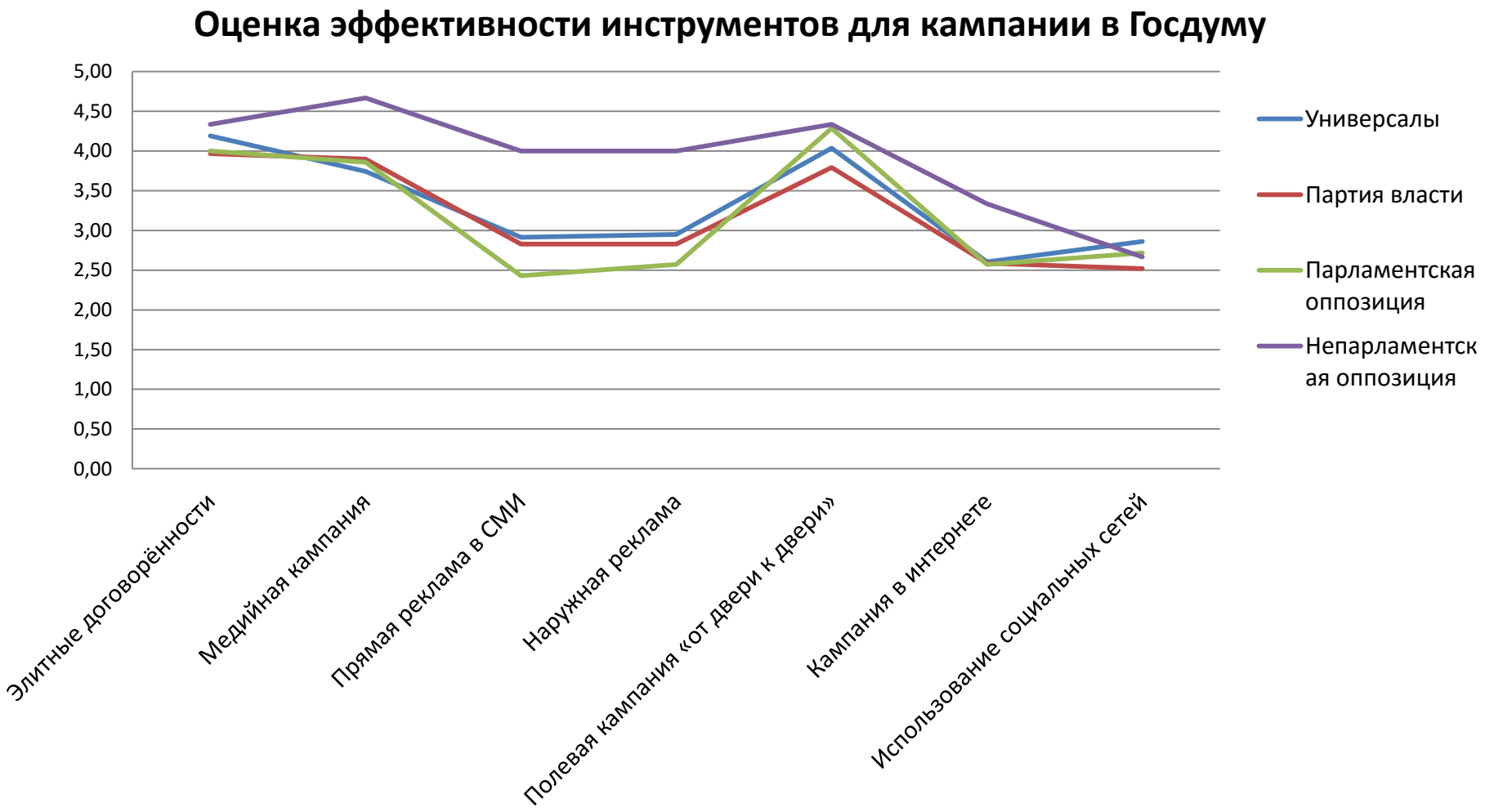
Партийные предпочтения респондентов

Это кардинальное отличие от рынков США и ЕС. Лишь 30% строго придерживаются консультирования исключительно партии власти.

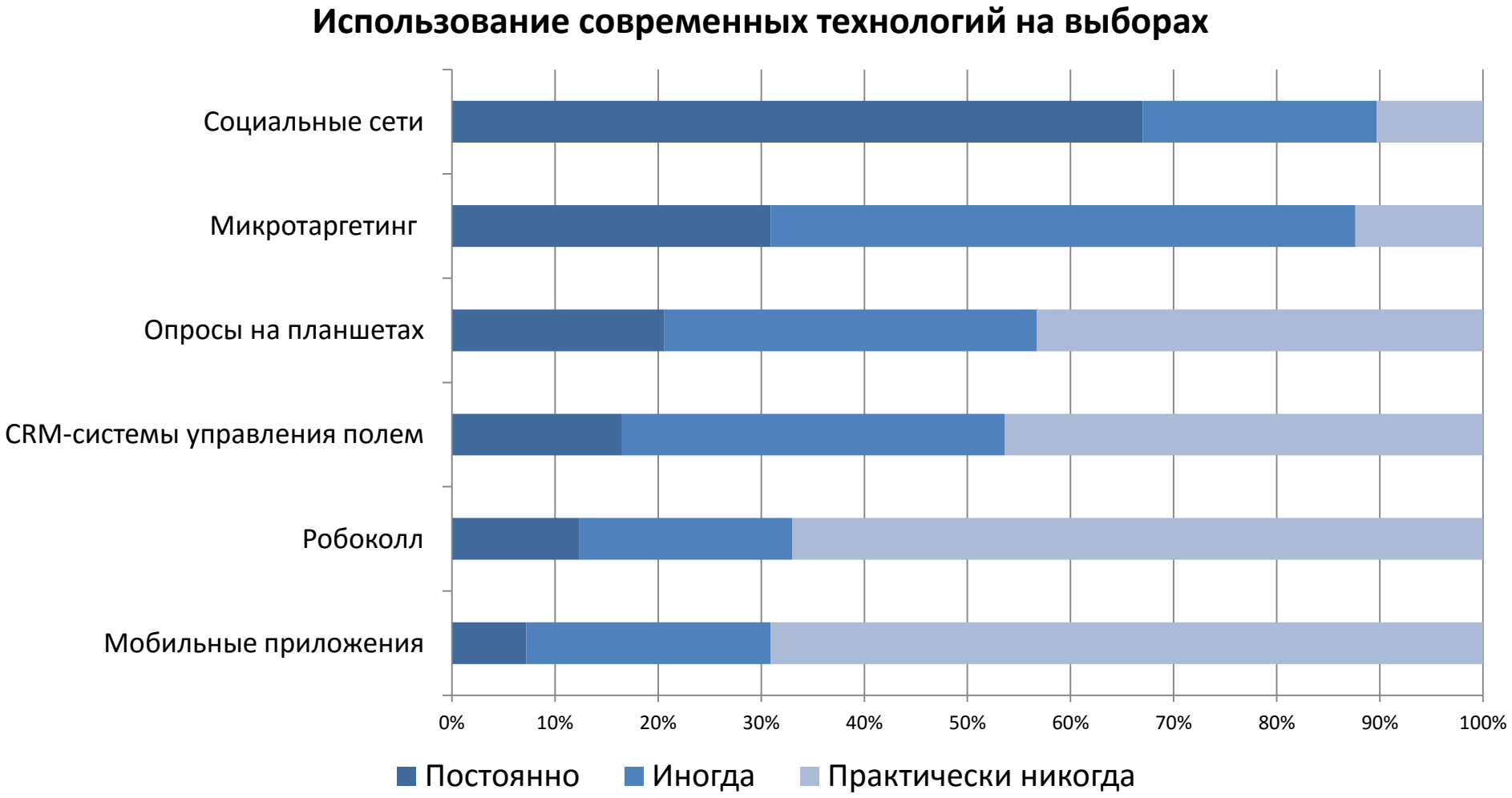
Вопрос. Оцените эффективность инструментов для кампании по выборам в Госдуму по 5-балльной шкале, где "1" - минимальная эффективность, "5" - максимальная эффективность.



Вопрос. Оцените эффективность инструментов для кампании по выборам в Госдуму по 5-балльной шкале, где "1" - минимальная эффективность, "5" - максимальная эффективность.

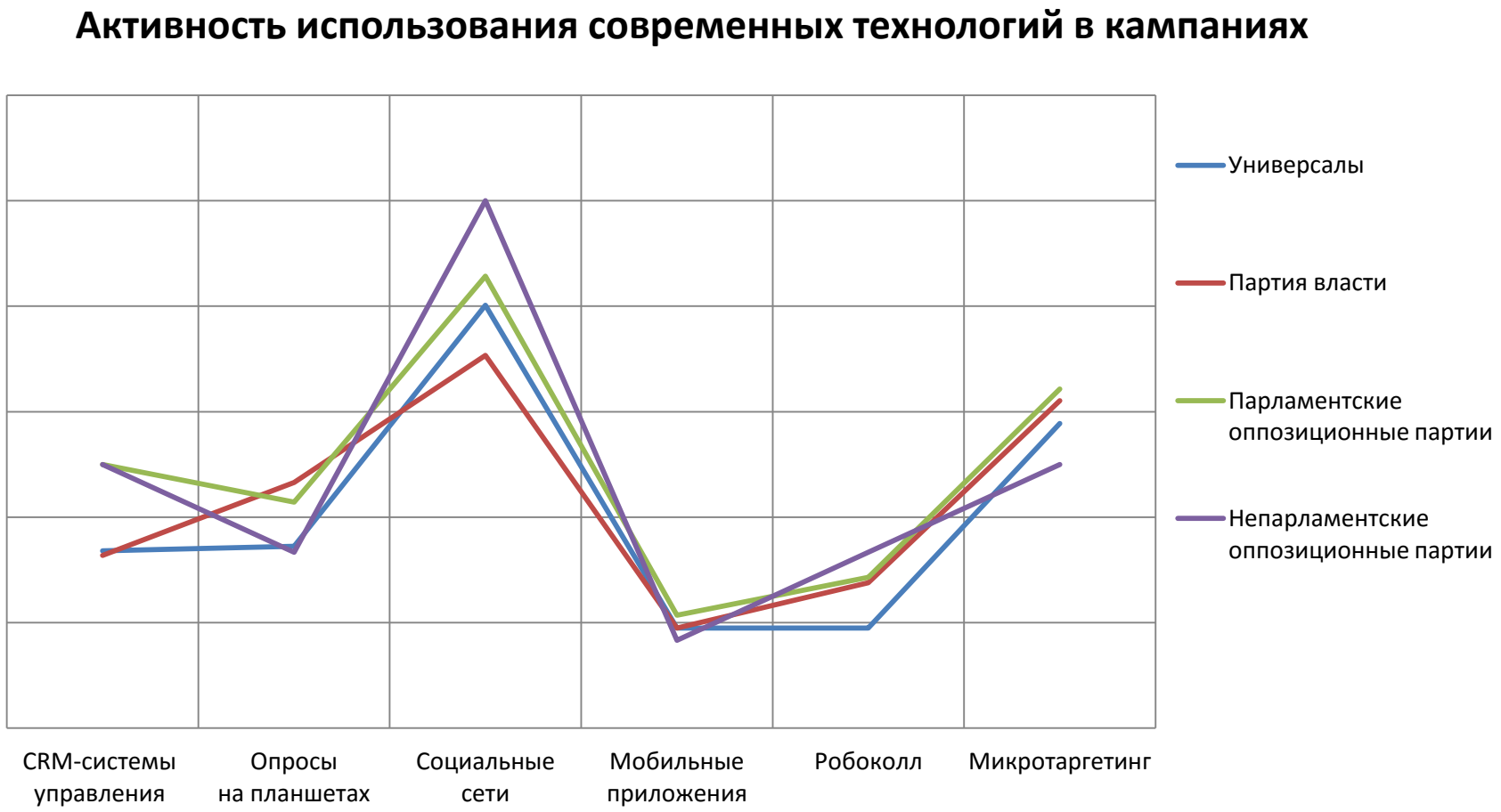


Вопрос. Как часто вы используете в своей практике современные технологии из представленного ниже списка?



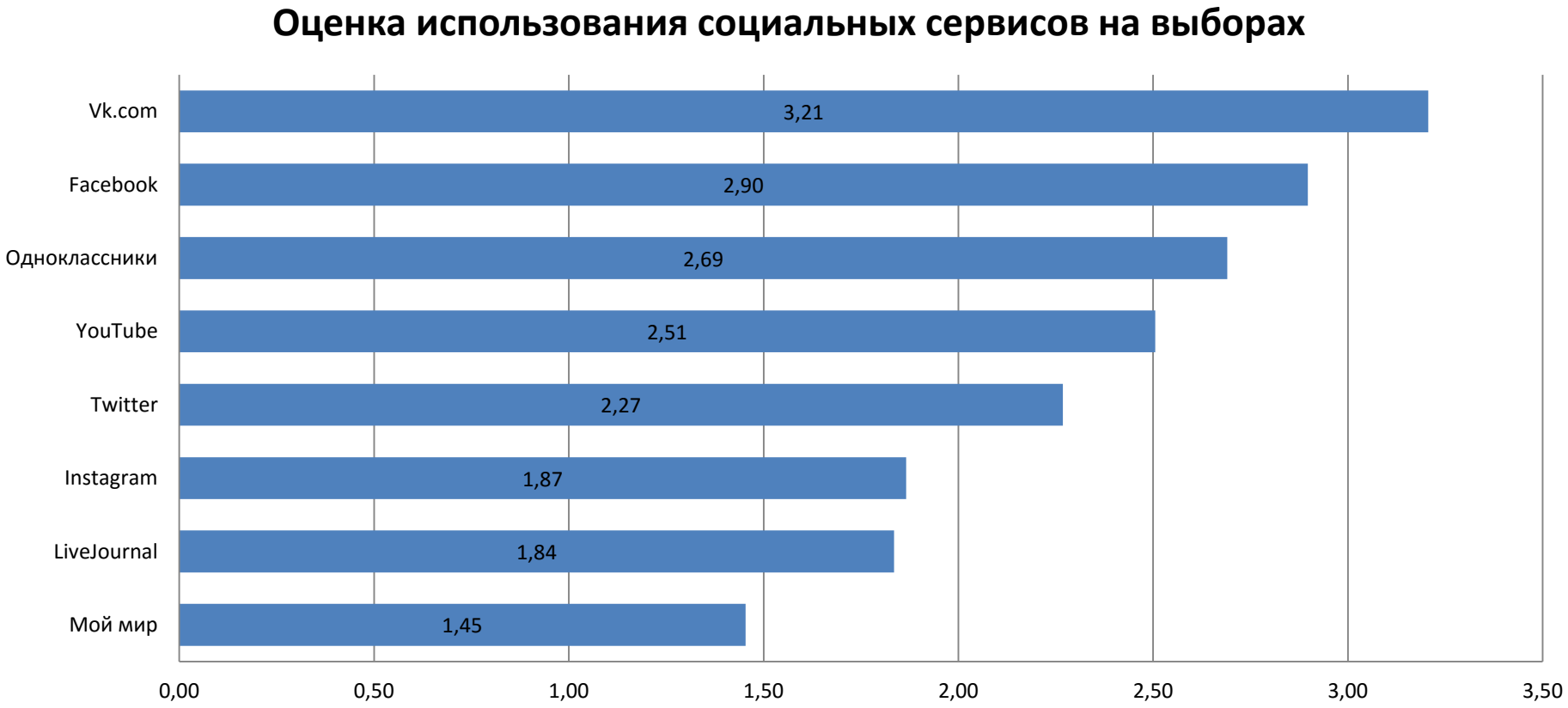
Таким образом, наиболее часто используемым инструментом по-прежнему остается SMM

Вопрос. Как часто вы используете в своей практике современные технологии из представленного ниже списка?



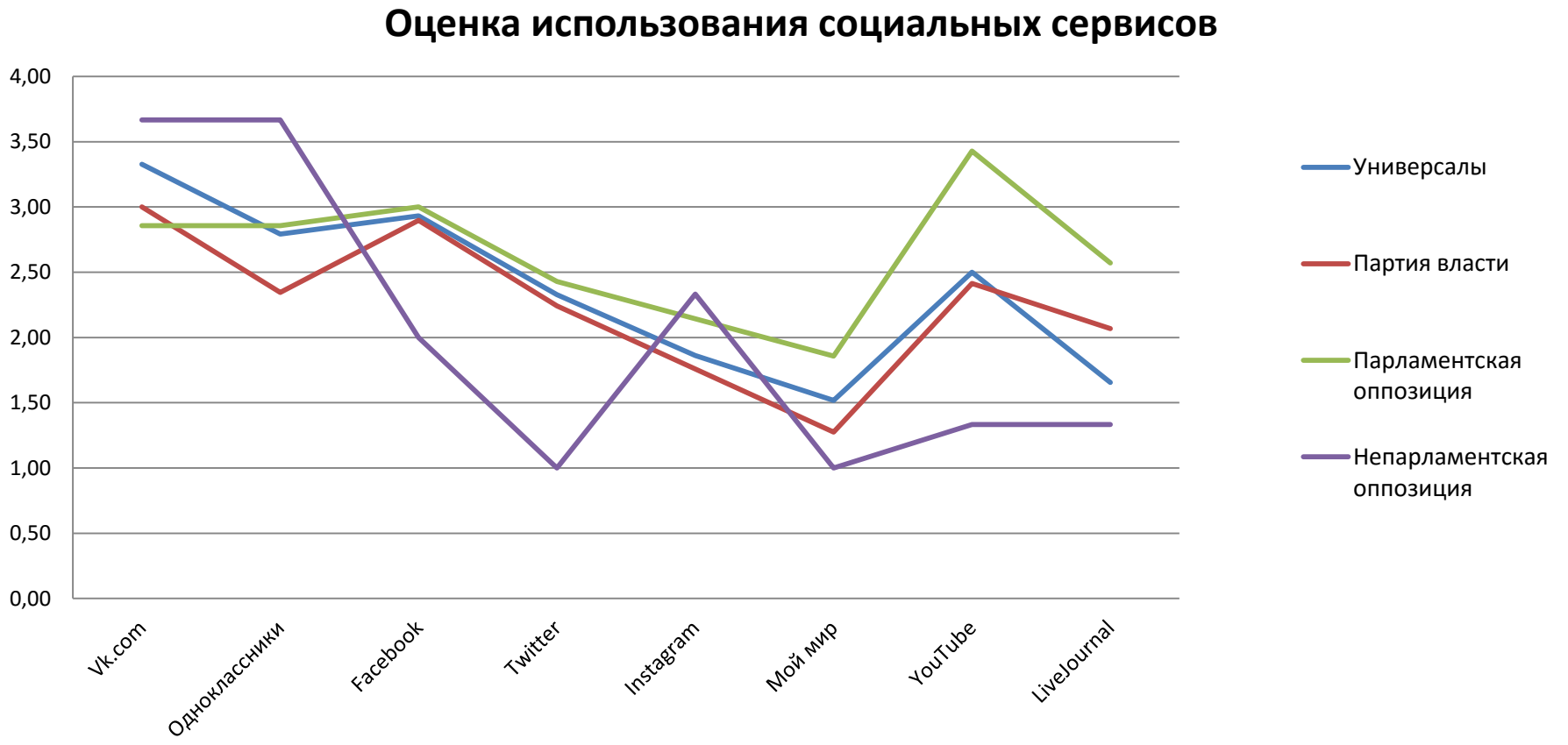
В основе графика оценки использования современных технологий лежит индекс, вычисляемый по формуле, где 1 соответствует ответа «постоянно», 0,5 – «иногда», «0» - практически никогда. Исходный индекс показывает частоту использования тех или иных технологий в ходе предвыборной кампании.

Оцените, насколько активно использовались в предвыборной агитации указанные социальные сервисы от 1 до 5, где «1» - совсем не использовали, «5» - использовали максимально активно.



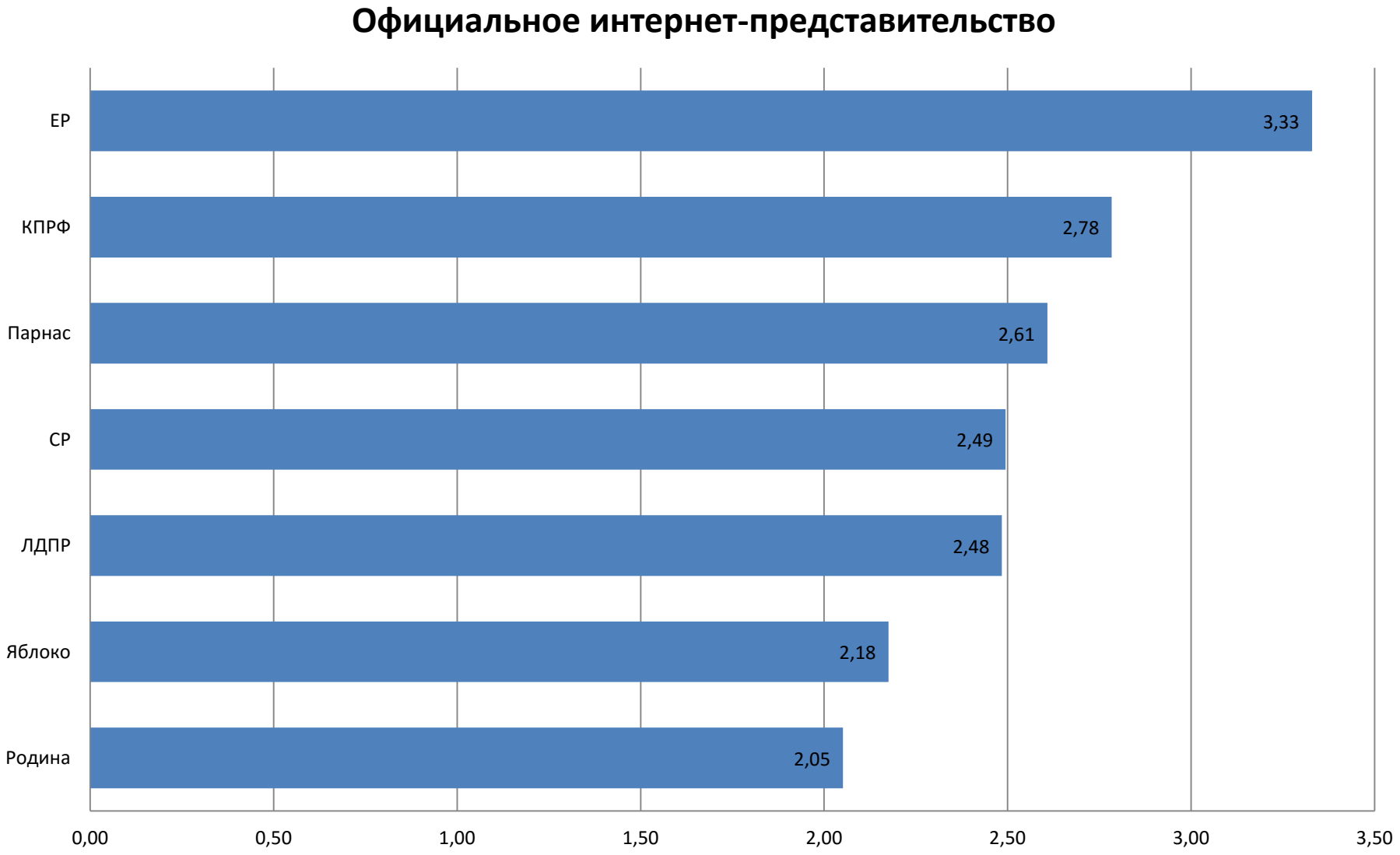
В основной опрос не вошли, но также были названы как актуальные мессенджеры (Telegram, WhatsApp, Viber), сервис потокового видео Periscope, блоги кандидатов, а также локальные форумы

Оцените, насколько активно использовались в предвыборной агитации указанные социальные сервисы от 1 до 5, где «1» - совсем не использовали, «5» - использовали максимально активно.



Вывод: инструментарий технологов «ЕР» и оппозиционных партий в целом практически не отличается, активность оппозиции в социальных сетях является ситуативной и захватывает далеко не все площадки.

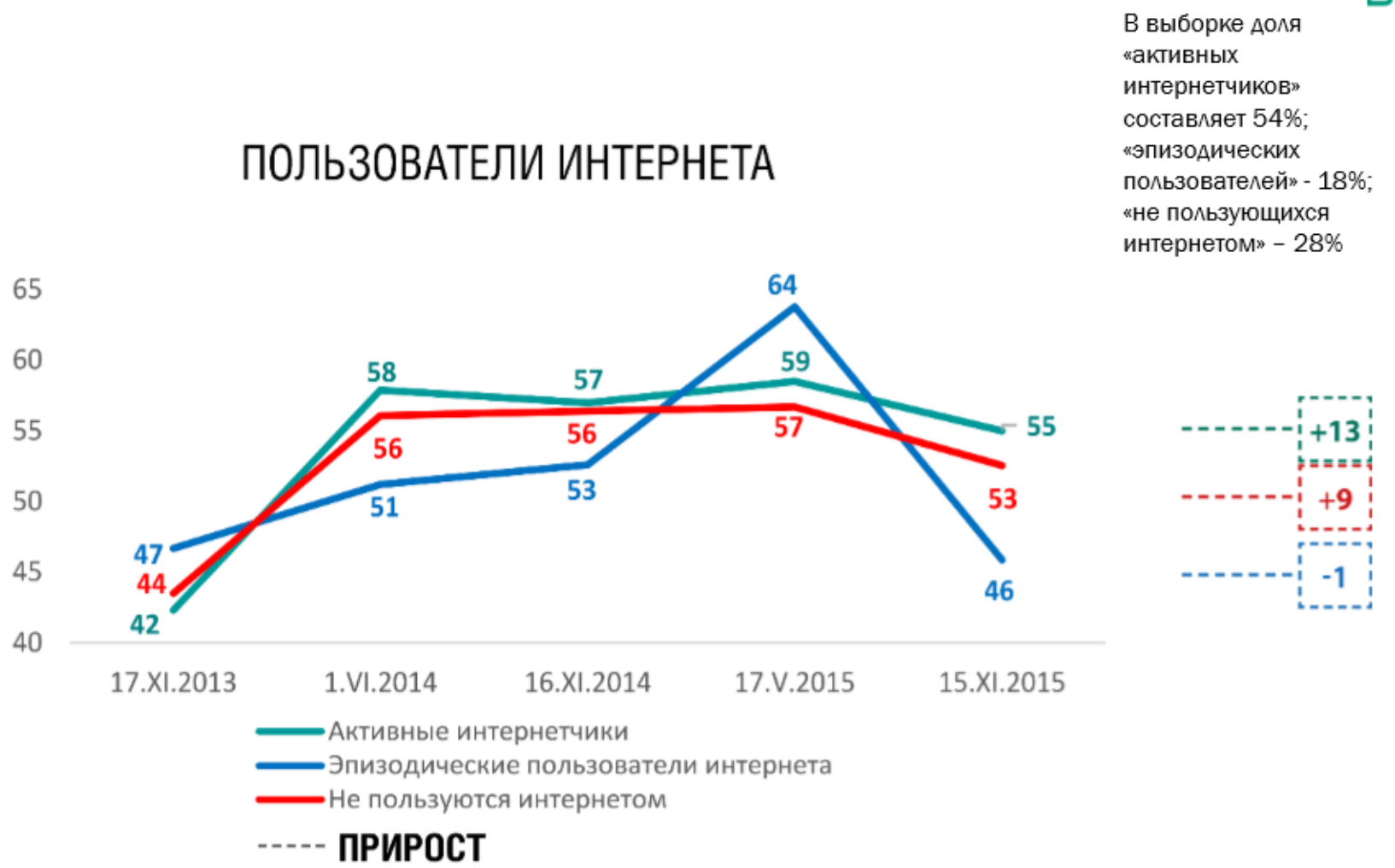
Вопрос. Оцените качество официального интернет-представительства партий по 5-балльной шкале.



Источник получения информации слабо влияет на партийные пристрастия

Динамика электората «Единой России»: «цифровой разрыв»

В выборке доля «активных интернетчиков» составляет 54%; «эпизодических пользователей» - 18%; «не пользующихся интернетом» – 28%



Комитет по политическим технологиям

РАСО

Интернет-сайты политических партий

Агентство «Гуров и партнеры» выпустило рейтинг эффективности интернет-присутствия российских политических партий в сети Интернет.

Для оценки использовались 39 параметров, которые можно разбить на три группы — информационная открытость, интерактивность и технологичность.

С полной версией исследования можно ознакомиться здесь http://gurovpr.ru/rating.pdf

ТОП-10 ПО ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИСУТСТВИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

№	ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ	ЭИП, %
1	Всероссийская политическая партия «ЕДИНАЯ РОССИЯ»	75,85
2	Политическая партия «Российская объединенная демократическая партия «ЯБЛОКО»	73,08
3	Политическая партия ЛДПР – Либерально-демократическая партия России	71,32
4	Политическая партия «КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»	70,04
5	Политическая партия «СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ»	67,52
6	Политическая партия «Российский Объединённый Трудовой Фронт»	64,27
7	Политическая партия «ПАТРИОТЫ РОССИИ»	61,75
8	Народная политическая партия «АЛЬЯНС ЗЕЛЕНЫХ И СОЦИАЛ-ДЕМОКРАТОВ»	59,36
9	Всероссийская политическая партия «РОДИНА»	56,80
10	Политическая партия «Российская экологическая партия «Зеленые»	56,62

Комитет по политическим технологиям

РАСО

Интернет-сайты политических партий

Средний показатель ЭИП (эффективность интернет-присутствия партий) оказался весьма низким и составил 45,3%. То есть сайты более чем на половину не соответствуют современным требованиям. У двадцати партий сайты вообще отсутствуют.

Стоит особо отметить три партии. «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

В технологическом плане лучшим сайтом стал портал КПРФ. Сайт «Справедливой России» оказался лидером по информационной открытости (кстати, это единственный сайт с работоспособной версией для слабовидящих).

САМЫЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИ РАЗВИТЫЕ САЙТЫ

№	ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ	баллы
1	Политическая партия «КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»	9,42
2	Всероссийская политическая партия «ПРАВОЕ ДЕЛО»	8,83
3	Политическая партия ЛДПР – Либерально-демократическая партия России	8,42
4	Всероссийская политическая партия «ЕДИНАЯ РОССИЯ»	8,33
5	Политическая партия «СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ»	8,08

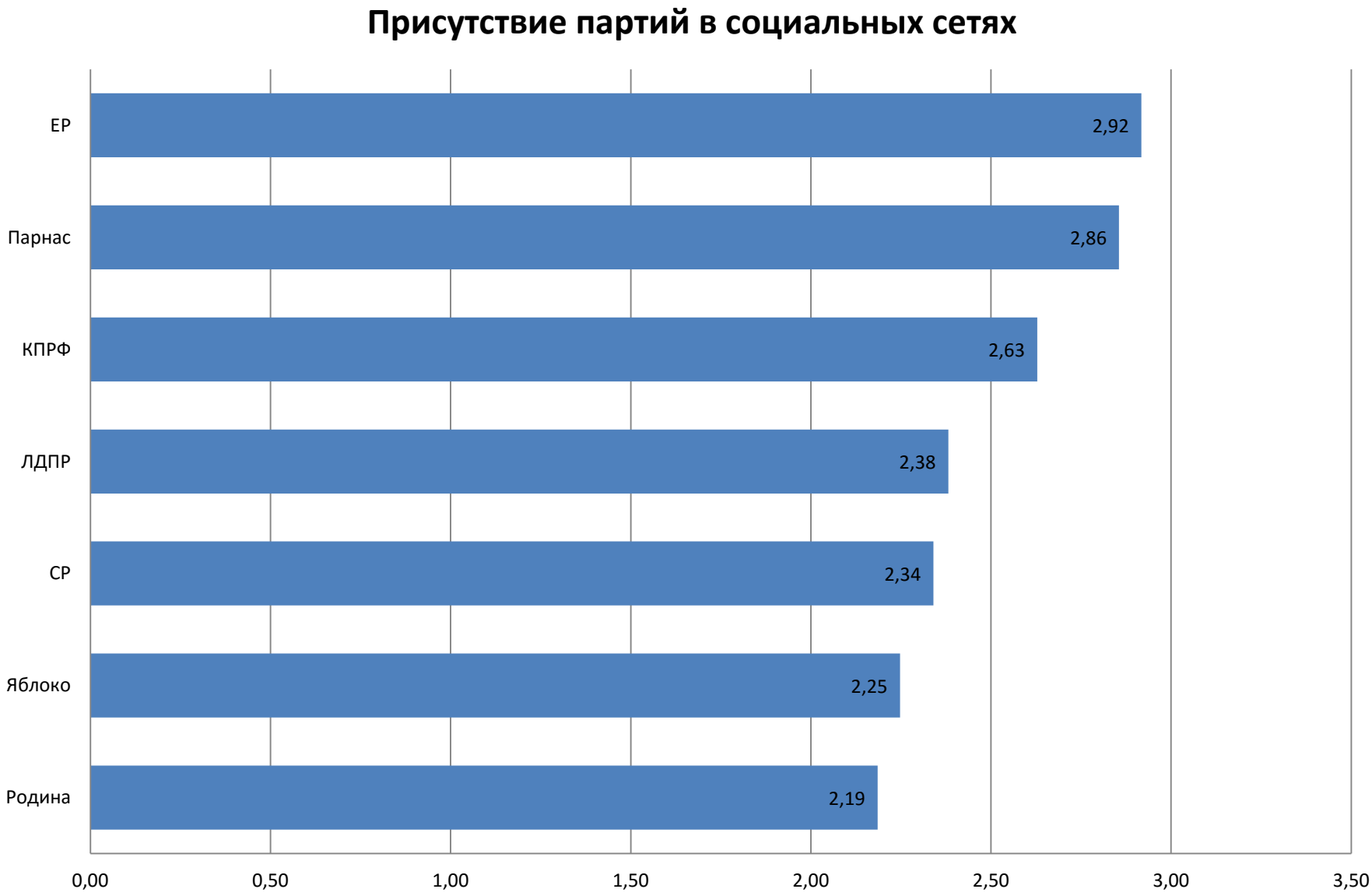
САМЫЕ ИНТЕРАКТИВНЫЕ САЙТЫ

№	ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ	баллы
1	Всероссийская политическая партия «ЕДИНАЯ РОССИЯ»	8,00
2	Политическая партия «Российская объединенная демократическая партия «ЯБЛОКО»	7,00
3	Политическая партия ЛДПР – Либерально-демократическая партия России	6,40
4	Политическая партия «Российский Объединённый Трудовой Фронт»	5,90
5	Всероссийская политическая партия «Партия Великое Отечество»	5,00

САМЫЕ ИНФОРМАЦИОННО ОТКРЫТЫЕ САЙТЫ

№	ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ	баллы
1	Политическая партия «СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ»	15,25
2	Политическая партия «КОММУНИСТИЧЕСКАЯ ПАРТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»	14,75
3-4	Политическая партия «ПАТРИОТЫ РОССИИ»	13,75
3-4	Политическая партия «ТРУДОВАЯ ПАРТИЯ РОССИИ»	13,75
5	Политическая партия «Российская объединенная демократическая партия «ЯБЛОКО»	13,50

Вопрос. Оцените качество партийной работы в социальных сетях.



Комитет по политическим технологиям
РАСО

Исследование Комитета по политтехнологиям РАСО

- Онлайн-фандрайзинг, столько популярный в США, в России пока не прижился, как в силу традиции, так и в связи с законодательными ограничениями

Комитет по политическим технологиям
РАСО

Исследование Комитета по политтехнологиям РАСО

- Большая часть опрошенных коллег скептически относится к использованию технологии нейромаркетинга (как дорогостоящей и с недоказанной эффективностью).

Комитет по политическим технологиям РАСО

Исследование Комитета по политтехнологиям РАСО

Прямая речь

Роман Смирнов, член Правления Ассоциации политических юристов, член Комитета РАСО по политтехнологиям:

«В практике избирательных и политических кампаний наиболее часто встречаются случаи сбора и передачи персональных данных субъектов в целях политической агитации (рассылка, разноска агитационных печатных материалов) без предварительного согласия субъектов персональных данных. При этом агитационные материалы направляются избирателям с указанием их персональных данных, что является нарушением положений ФЗ-152».

Комитет по политическим технологиям
РАСО

Исследование Комитета по политтехнологиям РАСО

Прямая речь

Руслан Модин, политконсультант, член Комитета РАСО по политтехнологиям:

«В 2015 году в трех регионах РФ (Новосибирская, Калужская и Магаданская области) на выборах в соответствующие законодательные собрания были выдвинуты списки кандидатов от так называемой «демократической коалиции». Оценив имеющиеся ресурсы и предполагаемые контрмеры со стороны конкурентов, в штабе «РПР-Парнас» было принято решение по разработке автоматизированной системы по обработке собранных подписей, данные в которую вносились и потом проверялись вручную оператором. Система должна была выявлять недействительные подписи и подписные листы в целом. Но при детальном рассмотрении созданная система «Жнец» оказалась ни чем иным, как обычной БД-таблицей с удобным пользовательским интерфейсом».

Комитет по политическим технологиям РАСО

Исследование Комитета по политтехнологиям РАСО

Прямая речь

Алексей Колодяжный,
IT-специалист, разработчик софта для избирательных кампаний, член Комитета РАСО по политтехнологиям:

«Еще несколько лет назад штабы кандидатов и партий подходили к дню голосования по остаточному принципу. На этот день никогда не хватало ни времени, ни ресурсов. Подготовкой к мобилизации сторонников начинали заниматься максимум за 1-2 недели до дня Х, увлеченно обсуждая дизайн очередной партии карманных календарей, вместо главного вопроса кампании – проектирования мобилизационной сети и гарантированного привода необходимого для победы количества избирателей – ваших сторонников. Конечный итог такого подхода очевиден: хаос в день голосования, дырявая лоскутная сеть, которая не срабатывала, ответственные за привод своих избирателей не выполняющие своих обязательств и на 20%, что неминуемо приводит к проигрышу кампании».

Комитет по политическим технологиям РАСО

Исследование Комитета по политтехнологиям РАСО

Прямая речь

Андрей Максимов,
«Максимов консалтинг»,
член Комитета РАСО
по политтехнологиям:

«Ресурс "Мой Мир" mail.ru до недавнего времени был идеальным для работы, пока в нем оставались присущие фейсбуку возможности создавать группы и стаскивать туда кучу ни о чем не подозревающих людей. А ещё в нем можно было локализовать народ не только до уровня поселений, но даже до улиц. И число приглашений во френды и в группы не было ограничено. Можно было прицеливаться и работать чуть ли не на уровне дворов. Но сейчас большая из этих функций урезана. Жаль. Будем пробовать другие инструменты.

Из партийных мобильных предложений можно выделить КПРФ. У них три штуки, очень качественных, включая интернет-ТВ».

Комитет по политическим технологиям
РАСО

Исследование Комитета по политтехнологиям РАСО

Прямая речь

Андрей Максимов,
«Максимов консалтинг»,
член Комитета РАСО
по политтехнологиям:

«Дело в том, что у СР его вообще нет, кроме цитатника лично Миронова. У ЛДПР приложение слабое, зато есть замечательный цитатник Жириновского на все случаи жизни. У ЕР отдельно устав и централизованное приложение партии, без особого креатива. У ПАРНАСа работающих предложений тоже нет. Есть лично у Навального сразу многопрофильный мобильный медиа-холдинг и игра "Демократия", но у партии под руководством Касьянова я ничего не нашел. Самое рабочее и регулярно обновляющееся приложение у "Яблока"».

Комитет по политическим технологиям
РАСО

Исследование Комитета по политтехнологиям РАСО

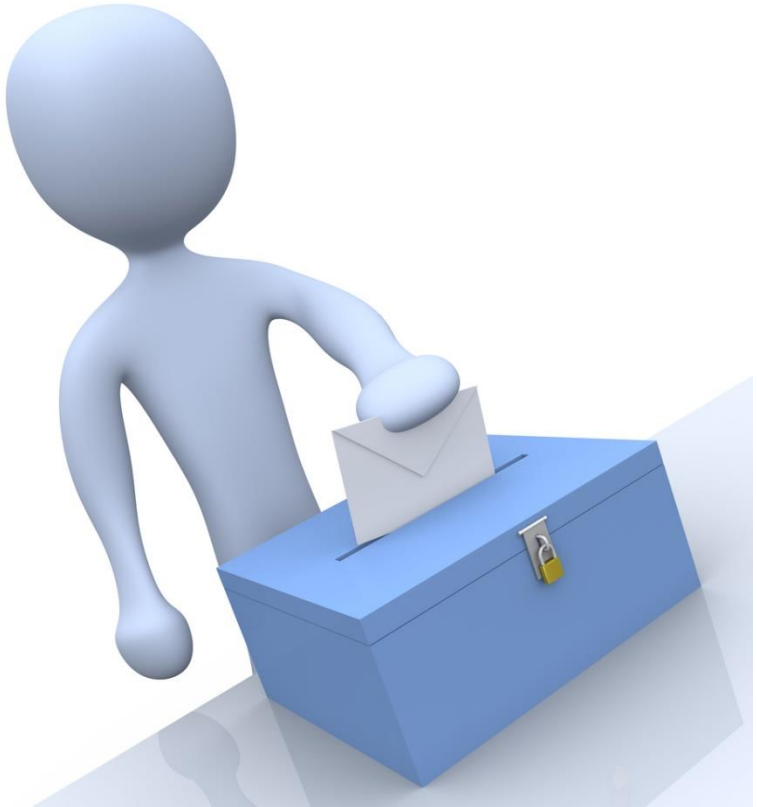
Прямая речь

Аббас Галлямов,
политтехнолог,
член Комитета РАСО
по политтехнологиям:

«Главная проблема отечественных избирательных кампаний - их расфокусировка. В отличие от, например, американцев большинство отечественных специалистов даже не пытаются избежать многотемья. Есть немало таких, кто вообще не осознаёт наличия этой проблемы. В результате они просто следуют за повесткой, а к концу кампании выясняют, что ничего из того, что они говорили, не осело в голове избирателей. Отечественным специалистам надо учиться тому, что американцы называют strict message discipline. Любой агитматериал, в котором не повторяется главный месседж кампании, не просто бесполезен, но и вреден. Даже самый хороший боковик топит главную агитационную линию. Избиратель запоминает только то, что слышал много раз. Сказанное единожды - сказано впустую».

Комитет по политическим технологиям
РАСО

BIG DATA в избирательных технологиях. Что это?



Комитет по политическим технологиям
РАСО

BIG DATA

БАЗЫ ДАННЫХ ИЗБИРАТЕЛЕЙ (BIG DATA) – КЛЮЧЕВОЙ ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КАМПАНИЕЙ

Источник №1: данные, собранные в ходе опросов всего массива избирателей (сравните масштаб работ с созданием выборки при социологическом опросе)

Источник №2: данные собственных сторонников (в т.ч. однопартийцев)

АНАЛОГ: CRM-системы управления клиентской базы

BIG DATA в США

БАЗЫ ДАННЫХ ИЗБИРАТЕЛЕЙ (BIG DATA)

- Республиканцы – база данных i360 (создана при финансовой поддержке братьев Кох). База данных i360 включает в себя более 190 миллионов активных избирателей США.

Комитет по политическим технологиям

РАСО

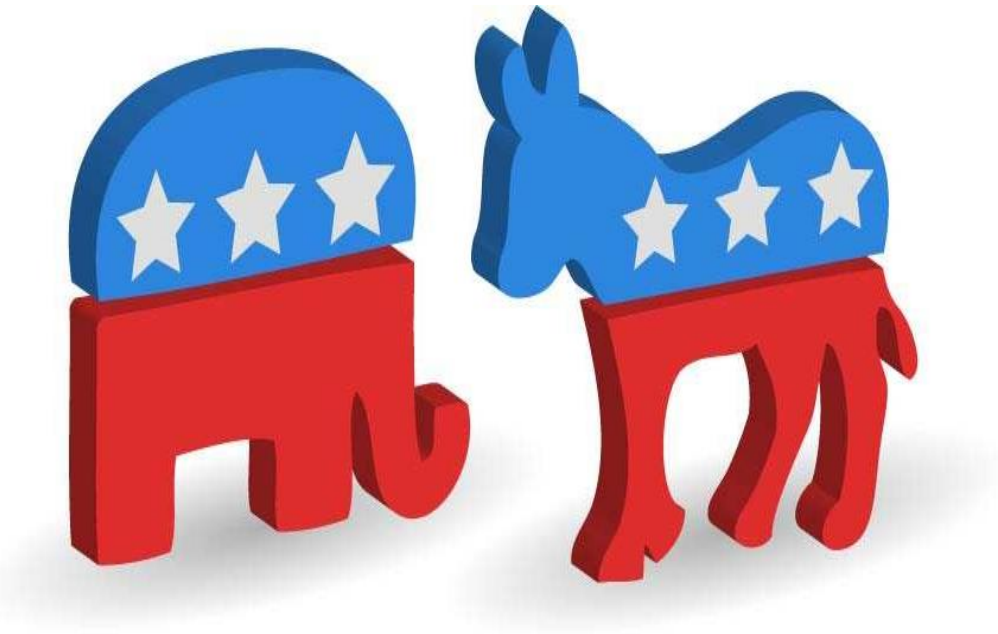
BIG DATA в США

БАЗЫ ДАННЫХ ИЗБИРАТЕЛЕЙ (BIG DATA)

- Демократы – база данных Catalist (первоначально создана для поддержки номинанта Б.Обамы в 2008 году, с тех пор неизменно показывает высочайшую эффективность). База данных Catalist включает в себя информацию о более чем 200 миллионов активных избирателей США.

Комитет по политическим технологиям
РАСО

БАЗЫ ДАННЫХ ИЗБИРАТЕЛЕЙ (BIG DATA)



- Базы данных республиканцев i360 и демократов Catalist являются коммерческими проектами, то есть штаб кандидата должен покупать право на ее использование, в редких случаях партии обеспечивают своих кандидатов доступом. Как правило, только если речь идет о ключевых округах.

Комитет по политическим технологиям
РАСО

Структура базы данных

Помимо традиционных социально-демографических параметров (пол, возраст, образование, семейное положение, регион проживания и т.д.), анкета включает в себя ряд параметров, касающихся политических пристрастий избирателя, истории его голосования на выборах всех уровней и маркеров потребительского поведения;

Данные по потребительскому поведению собираются на основе регистрации покупок и интернет-подписок потребителя и включают в себя обширный список разнообразных хобби и направлений деятельности, от детской одежды до путешествий по США и миру.

Комитет по политическим технологиям
РАСО

BIG DATA и IT-технологии

IT-технологии не выигрывают кампании;

IT-технологии помогают выстраивать работу в новых форматах и дают политическим менеджерам все более эффективные инструменты планирования и контроля;

Инструмент BIG DATA не может быть создан оперативно. Без инструмента BIG DATA IT-технологии теряют до 90% от своей потенциальной эффективности.

Комитет по политическим технологиям РАСО

ФАКТЫ И ЦИФРЫ 2015

хэштег #politteh

Председатель - Евгений Минченко

2 июня 2015 создан Комитет по политтехнологиям РАСО

Более 70 членов

Чтобы участвовать в работе Комитета, в РАСО вступили более 30 человек

143 участников в закрытой группе Комитета в Facebook

338 заявок - на рассмотрении

Комитет по политическим технологиям
РАСО

В состав Комитета вошли признанные профессионалы, практики и теоретики

В том числе:

- Александр Юрьев, основоположник политической психологии в СССР и РФ;
- Евгений Сучков, автор классической монографии «Политические технологии»;
- Игорь Бунин, Центр Политических Технологий;
- Екатерина Егорова, автор книг «В тумане войны. Наступательные военные коммуникативные технологии», “Игры в солдатики. Политическая психология президентов», «Политическая реклама» и пр.;

В состав Комитета вошли признанные профессионалы, практики и теоретики

В том числе:

- Андрей Максимов, автор книги «Чистые и грязные технологии выборов»;
- Алексей Куртов, соавтор книги «Охота на дракона»;
- Сергей Толмачев, соавтор книги «Десять шагов по вертикали»;
- Дмитрий Гусев, соавтор книги «Уши машут ослом».

Комитет по политическим технологиям

РАСО

ФАКТЫ И ЦИФРЫ 2015

Комитет по политическим технологиям

PACE

ФАКТЫ И ЦИФРЫ 2015

Цели и задачи:

- Обмен опытом;
- Популяризация отрасли и позитивная коррекция ее имиджа;
- Продвижение корпоративных интересов в органах государственной власти.

Отношения с другими профессиональными объединениями

- Отказ от конкуренции;
- Взаимное уважение;
- Кооперация, участие в совместных мероприятиях.

Комитет по политическим технологиям
РАСО

ФАКТЫ И ЦИФРЫ 2015

Более 300 человек приняли участие в мероприятиях Комитета.

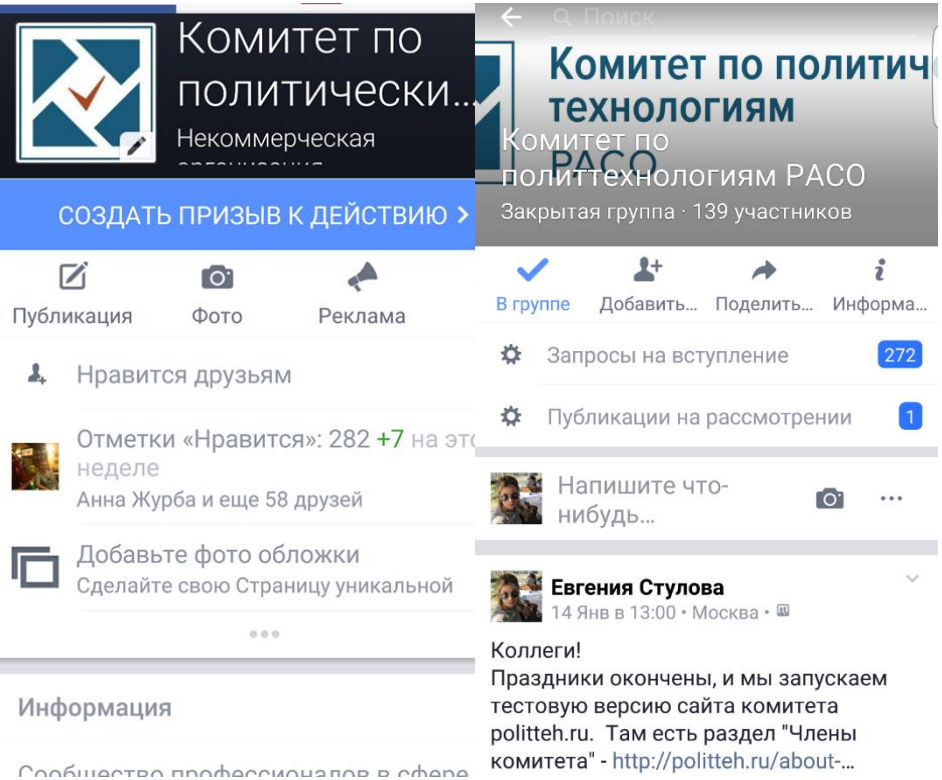
США, Бразилия, Мексика, Казахстан, Узбекистан, Украина, Польша, российские регионы – география гостей мероприятий Комитета.

Мероприятия проводились в партнерстве с:

- Фондом ИСЭПИ,
- Евразийской комиссией,
- отделением общественных наук РАН,
- факультетом мировой политики МГУ,
- факультетом коммуникаций, медиа и дизайна Высшей школы экономики,
- Общественной палатой РФ.

Комитет по политическим технологиям
РАСО

ФАКТЫ И ЦИФРЫ 2015



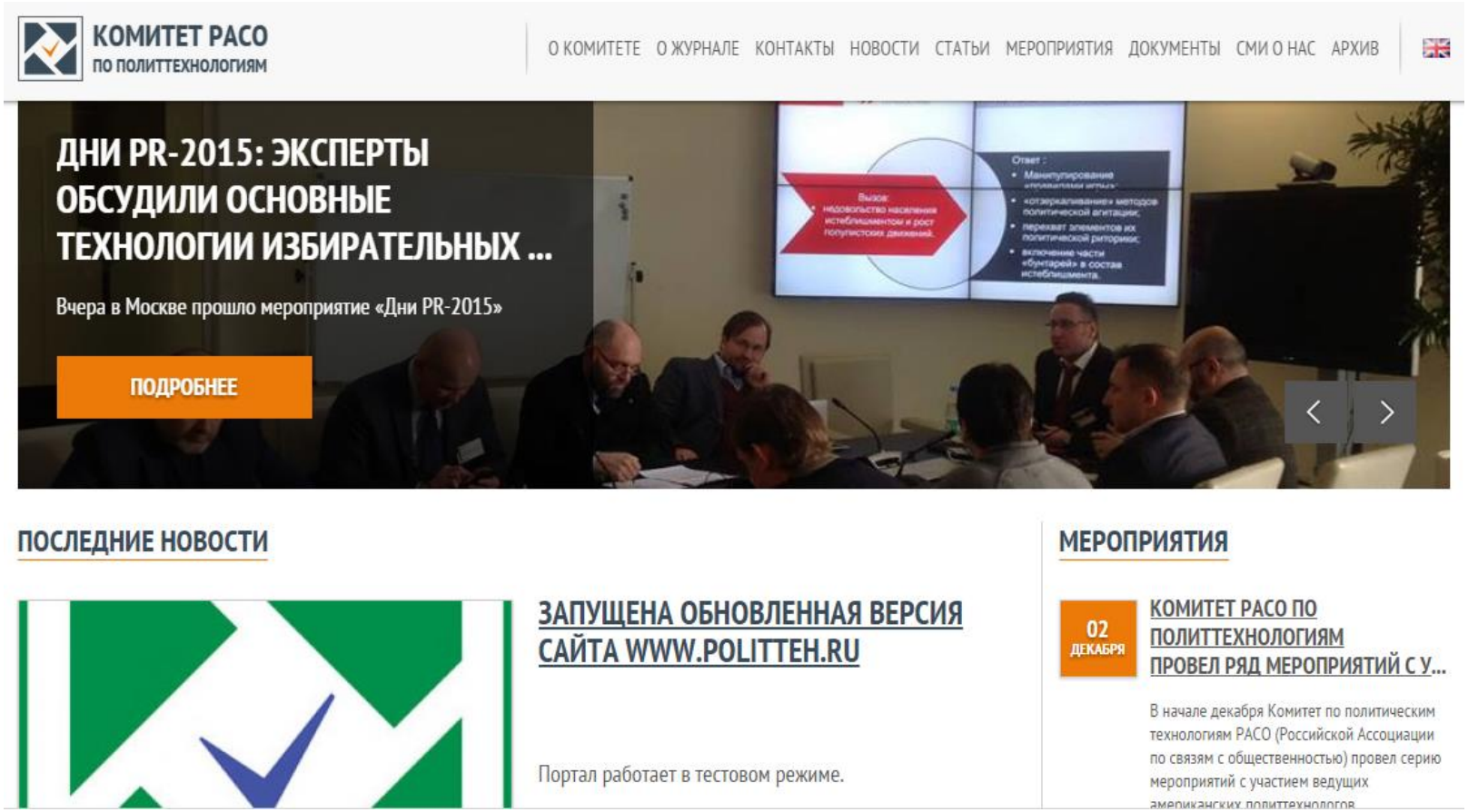
Каналы коммуникации

- Страница в Фейсбук;
- Закрытая группа в Фейсбук.

Комитет по политическим технологиям
РАСО

ФАКТЫ И ЦИФРЫ 2015

Каналы коммуникации



Сайт Комитета http://politteh.ru

Комитет по политическим технологиям
РАСО

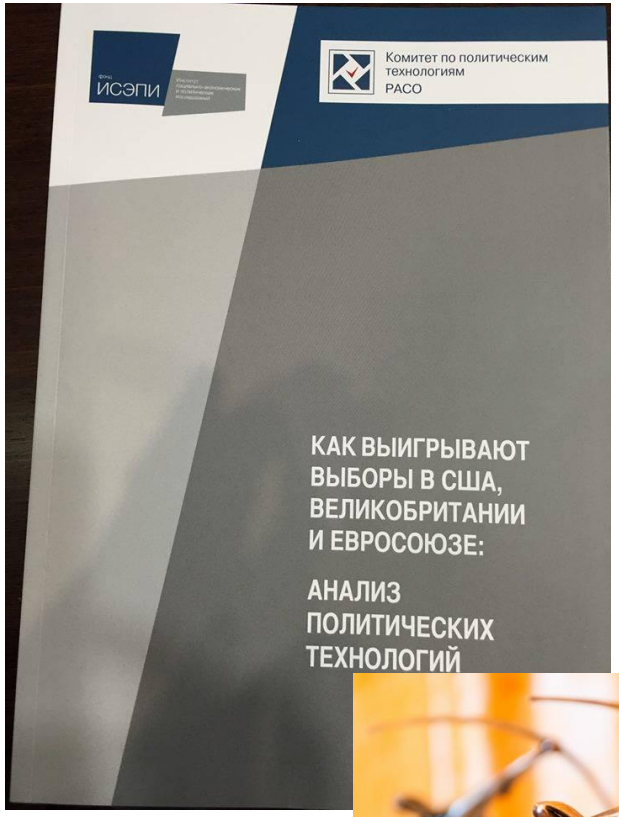
ФАКТЫ И ЦИФРЫ 2015

Каналы коммуникации

- Журнал «Политические технологии»;
- Первый номер обновленного журнала выйдет в апреле 2016 г.

Комитет по политическим технологиям
РАСО

ФАКТЫ И ЦИФРЫ 2015



Каналы коммуникации

- Выпуск под эгидой Комитета монографии «Как выигрывают выборы в США, Великобритании и Евросоюзе»
- Победа на конкурсе «Серебряный лучник»

Комитет по политическим технологиям
РАСО

ФАКТЫ И ЦИФРЫ 2015

15 мероприятий с июня по декабрь 2015:

16.06 - круглый стол совместно с ИСЭПИ. Доклады о выборах в Великобритании, США, Франции, Турции, Польше;

30.06 - организационное заседание Комитета, обсуждение предвыборных технологий в США, ЕС и Великобритании;

28.07 - презентация Комитета в рамках празднования Дня PR-специалиста;

Комитет по политическим технологиям
РАСО

ФАКТЫ И ЦИФРЫ 2015

Август – подготовлен доклад о предвыборном софте;
17.08 – обсуждение образовательных стандартов, программ обучения, программ повышения квалификации узких специалистов;
14.09 – публикация Меморандума по итогам региональных выборов;
15.09 - выступление Е. Минченко на пленарном заседании Общественной палаты с презентацией Меморандума Комитета по итогам выборов;
1.10 – закрытое заседание, посвященное анализу итогов единого дня голосования в России;

Комитет по политическим технологиям
РАСО

ФАКТЫ И ЦИФРЫ 2015

26.11 - закрытое заседание, посвященное выборам в Португалии и Польше;
Подготовлена к изданию книга «Как выигрывают выборы в США, Евросоюзе и Великобритании»;
01.12 – закрытое заседание «Выборы в США по гамбургскому счету: стратегии, деньги, технологии»;
02.12 - круглый стол (совместно с фондом ИСЭПИ) на тему «Год до выборов президента США: анализ и прогнозы»;
16.12 - подведение итогов работы Комитета на полях Дней PR.

Комитет по политическим технологиям
РАСО

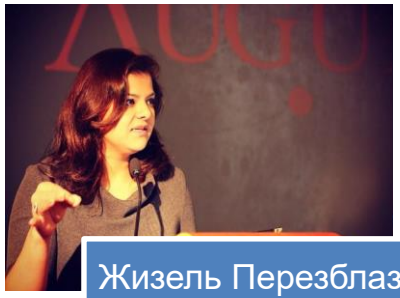
ФАКТЫ И ЦИФРЫ 2015

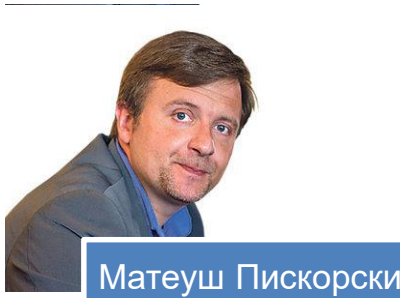
Серия мероприятий с ведущими политконсультантами из Латинской Америки

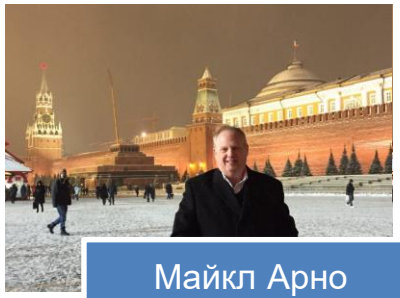
- Июль. Серия мероприятий с участием ведущих политконсультантов Бразилии и Мексики - круглый стол, публичная лекция в Российской Академии Наук, дискуссия с членами Комитета, встреча с сотрудниками Евразийской комиссии;
- Публичная лекция в Российской Академии Наук;
- Дискуссия с членами Комитета;
- Встреча с сотрудниками Евразийской комиссии;

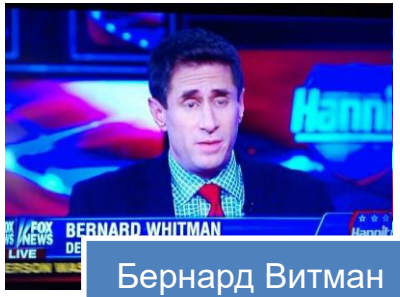
Гости Комитета

Пауло Маура


Жизель Перезблаз


Матеуш Пискорски


Майкл Арно



Бернард Витман

Тони Сайе

- Пауло Маура (Бразилия);
- Жизель Перезблаз (Мексика);
- Матеуш Пискорски (Польша);
- Майкл Арно (США);
- Бернард Витман (США);
- Тони Сайе (США).

Зарубежные мероприятия

10 ноября

Лекция в Калифорнийском университете (UCLA, Лос-Анжелес).

11-14 ноября

Участие в конференции Международной Ассоциации политконсультантов (IAPC) в Мехико. Доклад Е. Минченко о региональных выборах в России.

Комитет по политическим технологиям РАСО

Комитет
по политтехнологиям РАСО

www.politteh.ru

politconsultant_raso@gmail.com