Приложение № 1

к приказу

Главного управления

Смоленской области

по делам молодежи

и гражданско-патриотическому

воспитанию

от\_\_\_\_\_\_\_\_\_№\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ**

1. **ОФИЦИАЛЬНЫЕ ПАБЛИКИ**

Вес критерия – 60%

Ведение социальных сетей, работа с комментариями, качество контента и уровень вовлеченности аудитории.

1. **ПЛАНИРОВАНИЕ КОНТЕНТА**

Вес критерия – 10%

Использование инструментов планирования контента в интернете, глубина и качество проработки контент-плана.

1. **РАБОТА С НЕОФИЦИАЛЬНЫМИ ПАБЛИКАМИ / МЕДИАЦЕНТРАМИ**

Вес критерия – 30%

Использование популярных новостных и тематических пабликов, качество контента, наличие совместных проектов со студенческими и молодёжными медиацентрами.

1. **ОФИЦИАЛЬНЫЕ ПАБЛИКИ**

Вес критерия в итоговой оценке: 60%

Критерии оценки официальных пабликов:

Внутренний вес критерия: 50%

Контентная политика (14%) + Живой язык (8%) + Интерактивные форматы, пользовательский контент (8%) + Оптимальная периодичность (8%) + Качество видео (4%) + Качество фото и инфографики (4%) + Дизайн и оформление (4%) = 50%

Представленность в соцсетях

Внутренний вес критерия: 10%

Присутствие пабликов в социальных сетях и мессенджерах.

Работа с комментариями

Внутренний вес критерия: 20%

Открытость комментариев, их модерация, наличие правил сообщества, оперативность ответов.

Средний показатель активности аудитории

Внутренний вес критерия: 20%

Вовлеченность аудитории и ее активность в пабликах.

**КАЧЕСТВО КОНТЕНТА**

КОНТЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

Внутренний вес критерия: 14%

***Основные факторы:***

- «приземление» тем и постов к конкретным проблемам молодёжи и конкретным волнующим их темам.

***Дополнительные факторы:***

- основу контента составляют значимые для пользователей новости о работе администрации в информационном стиле;

- новости должны составлять не более 50% контента размещение только собственных уникальных текстов;

- наличие рубрикатора;

- кроме официальных новостей публикуется развлекательный контент, полезные памятки, интерактивный контент, закулисье (контент, демонстрирующий открытость и новую искренность), патриотический контент (любовь к стране);

- собственные акции, спецпроекты, социальные и имиджевые проекты – \*отчёт (ссылки на новости);

- репосты должны составлять не более 25% публикаций, иметь подводки, объясняющие почему вы решили поделиться этим контентом

ЖИВОЙ ЯЗЫК

Внутренний вес критерия: 8%

***Основные факторы****:*

- ёмкие тексты постов;

- образный язык;

- короткие предложения без причастных и деепричастных оборотов, прямой порядок слов (текст не осложнён большим количеством аббревиатур, цифр, скобок, сокращений);

- избегание «воды», наличие информативных заголовков;

- простой и понятный стиль на стыке разговорной и письменной речи (избегание чиновничьих канцеляризмов и штампов («Министр посетил», «было реализовано», «согласно постановлению» и т.п.);

- отсутствие типографических ошибок (не используется дефис вместо тире, ставятся правильные кавычки, корректно оформляются списки, нет двойных пробелов и т.д.)

- читабельная верстка текста (текст делится на небольшие абзацы, разбивается на буллиты);

***Дополнительные факторы:***

- умеренность использования эмодзи. Эмодзи должны использоваться обоснованно, например, в качестве пиктограмм для обозначения направлений работы власти, фактор не является необходимым, оценка при отсутствии эмодзи не снижается.

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ, ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ КОНТЕНТ

Внутренний вес критерия: 8%

***Основные факторы:***

- акцент на вовлечении подписчиков и взаимодействии с подписчиками. Подчеркивание важности их мнения, вопросов (в первую очередь проблемных), обратной связи;

- наличие опросов, голосований, конкурсов, обращений, вопросов к аудитории, призывов написать комментарии (например, дать обратную связь по какой-либо теме), постов с реакцией на комментарии.

***Дополнительные факторы:***

- отметки паблика пользователями.

ОПТИМАЛЬНАЯ ПЕРИОДИЧНОСТЬ

Внутренний вес критерия: 8%

***Основные факторы:***

- не менее 1 поста в день, это количество может возрастать при большой плотности инфоповодов (за исключением ЧС).

***Дополнительные факторы:***

- оценка снижается за публикацию нескольких постов подряд в течение 15 минут (за исключением ЧС);

- публикации в удобное время для просмотра пользователями (не ночное).

КАЧЕСТВО ВИДЕО

Внутренний вес критерия: 4%

***Основные факторы:***

1 тип видеороликов — информационные: нарезка фото/видео с использованием субтитров (крупных и удобочитаемых), адаптированный для конкретной социальной сети формат видео, видео высокого качества (минимум 480p, желательно 720p) и фоновой музыки, подходящей под содержание, но не отвлекающей от сути.

2 тип видеороликов — life: живая съемка с мероприятий (например, запись общения должностного лица с гражданами/представителями ведомства), должна быть разборчиво слышна речь либо добавлены субтитры, желателен квадратный формат

Отрицательно оценивается использование телесюжетов, оптимальная длина ролика — до 1 минуты, при необходимости, до 2 минут (за редким исключением для определенных форматов, например, запись пресс-конференции); отсутствие «ляпов» на обложках видео (стоп-кадры с удачными лицами, без открытого рта, закрытых глаз и т.п.) + создание VK клипов.

КАЧЕСТВО ФОТО И ИНФОГРАФИКИ

Внутренний вес критерия: 4%

***Основные факторы:***

- используется собственный уникальный визуальный контент;

- яркие живые качественные фото с необычных ракурсов, эмоциональные фото;

- инфографику можно без затруднений рассмотреть на экране мобильного телефона;

- не публикуется слишком много текста на картинке, текст легко читается с изображения, не сливается с фоном, желательно не размещать слишком длинные тексты;

- в инфографике четко считываются все данные и посыл, она хорошо оформлена с точки зрения дизайна (единый стиль инфографики — это «плюс»);

- использование общего брендбука для оформления фотографий, инфографики и карточек;

- используется разноплановый контент, не встречаются несколько однотипных фото в ленте подряд, одинаковые шаблоны оформления постов;

- умеренность брендированного контента (слишком большое место в визуале не должно отдаваться лого, брендированию);

- отсутствие «ляпов» в предпросмотрах фото (обрезанные головы, неудачно обрезанные слова и т.п.).

ДИЗАЙН И ОФОРМЛЕНИЕ

Внутренний вес критерия: 4%

***Основные факторы:***

- дизайнерское оформление аватарки и обложки, использование динамической обложки (дата, время, погода, контакты, миссия, тематические обложки);

- использование единого стиля и цветовой гаммы;

- описание аккаунта, написанное понятным простым языком, понятно, чем занимается ведомство и какую пользу оно несёт, а также куда можно обратиться с вопросом.

***Дополнительные факторы:***

- простое название паблика, легко находится в поиске (название не должно дублироваться в той же форме в описании аккаунта, например: «Молодёжь Рославля» - название паблика, в описании не должно быть во второй раз написано «Молодёжь Рославля», стоит написать «Отдел молодёжи Рославльского района Смоленской области», таким образом в поисковике можно будет найти ведомство по двум ключам);

- короткое описание сообщества;

- контактная информация со ссылками (на официальный сайт);

- использование приложений и виджетов (важные новости, формы обратной связи, тесты, анкеты).

**СРЕДНИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ АКТИВНОСТИ АУДИТОРИИ**

Вес критерия в оценке пабликов:20%

КАК ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ОЦЕНКА:

- Рассчитывается, как отношение суммы всех реакций (лайки, комментарии, репосты) к количеству постов – \*отчет.

**ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ В СОЦСЕТЯХ**

Внутренний вес критерия в оценке пабликов:10%

КАК ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ОЦЕНКА:

Участник, ведущий паблик, получает 4 балла, если паблик не ведется – 0 баллов. Для прочих площадок каждый отдельный аккаунт, группа или канал оценивается в 1 балл, Участник, имеющий более 4 прочих площадок, получает максимальную оценку:

- ВКонтакте – 0 или 4 балла

- Одноклассники – 0 или 4 балла

- Телеграм – 0 или 4 балла

- Прочие площадки – 0 или 4 баллов

**РАБОТА С КОММЕНТАРИЯМИ**

Вес критерия в оценке пабликов: 20%

КАК ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ОЦЕНКА:

- открытые комментарии (1 балл)

- наличие правил сообщества (2 балла)

- часто задаваемые вопросы — FAQ (3 балла)

- модерация комментариев (5 балла)

- оперативность отработки комментариев (4 балла)

20% получают участники, заработавшие 14-15 баллов

15% получают участники, заработавшие 12-13 баллов

10% получают участники, заработавшие 10-11 баллов

5% получают участники, заработавшие больше 5 баллов

1. **ПЛАНИРОВАНИЕ КОНТЕНТА**

Вес критерия в итоговой оценке: 10%

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ:

- наличие контент-плана –\*отчет (прикрепление контент плана);

- наличие целей и стратегии в контент-плане;

- горизонт планирования – более 2 недель;

- наличие рубрикатора;

- качество проработки контент-плана (экспертная оценка).

1. **РАБОТА С НЕОФИЦИАЛЬНЫМИ ПАБЛИКАМИ / МЕДИАЦЕНТРАМИ**

Вес критерия в итоговой оценке:30%

КАК ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ОЦЕНКА:

Максимальную оценку получает участник с наибольшим количеством интеграций, минимальную – с наименьшим, остальные участники рейтинга получают оценки относительно этого интервала. Участник, не имеющий интеграций, не получает оценку. Дополнительную оценку получают паблики, которые работают с молодёжными и студенческими медиацентрами.

***Основные факторы:***

- показатели посещаемости неофициального паблика, его статус;

- в материалах освещается значимая для целевой группы тема, акцент делается на позитивных изменениях, связанных с работой пабликов, рассказывается о возможностях для молодёжи региона, муниципального образования;

- в муниципальном образовании есть действующий молодёжный или студенческие медиацентр, с которым у участника выстроено партнёрское взаимодействие: совместные проекты, вовлечение молодых специалистов в освещение молодёжной политики и т.д.;

- качество интеграций в неофициальных пабликах

\* 5 ссылок на новости, опубликованные в сторонних пабликах.