

Ф Н П Р
Областной союз
«Федерация профсоюзов Самарской области»
ПРЕЗИДИУМ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

13.12.2024г.

№5-13

г. Самара

**О методике оценки
информационной работы
членских организаций ФПСО**

В соответствии с Основными направлениями деятельности Федерации профсоюзов Самарской области на период до 2029 года, целями реализации информационной политики ФПСО являются проведение активной информационной деятельности, использование для пропаганды профсоюзной работы современных информационных методов, ресурсов и технологий, открывающих доступ к получению необходимой информации членами профсоюзов и населением на всей территории региона; обеспечение реализации рекомендаций и решений коллегиальных органов ФНПР и ФПСО по вопросам информационного взаимодействия профсоюзных организаций.

С целью укрепления авторитета профсоюзов, мотивации профсоюзного членства, повышения эффективности информационной работы, а также в соответствии с Концепцией информационной политики Федерации Независимых Профсоюзов России, концепцией информационной политики Федерации профсоюзов Самарской области, решением Постоянной комиссии Совета ФПСО по информационной работе от 27 ноября 2024 года,

ПРЕЗИДИУМ ФПСО ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить методику оценки информационной работы членских организаций ФПСО (Приложение №1).
2. Положения конкурсов «Лучшая информационная работа в профсоюзах», «Лучший профсоюзный сайт/публичная страница» признать утратившими силу.

3. Федерации профсоюзов Самарской области ежегодно (в срок до 1 декабря) проводить оценку информационной работы членских организаций ФПСО; поощрять организацию, набравшую наибольшее количество баллов, дипломом Победителя и денежной выплатой.

4. Федерации профсоюзов Самарской области, членским организациям ФПСО, первичным профсоюзным организациям:

4.1. использовать в работе Концепции информационной политики Федерации Независимых Профсоюзов России, Федерации профсоюзов Самарской области;

4.2. усилить работу по информированию членов профсоюзов о деятельности профсоюзов, в том числе с использованием различных форм информационных ресурсов;

4.3. принять системные меры по повышению эффективности информационно-пропагандистской работы, рассматривать вопросы реализации данных мер не реже одного раза в год;

4.4. систематически проводить обучение информационных работников и активистов по реализации информационной политики;

4.5. ежегодно предусматривать в бюджетах профсоюзных организаций всех уровней расходы на реализацию информационной политики в размере не менее 5%;

4.6. определить ответственного сотрудника или профсоюзного активиста за информационную работу;

4.7. проводить смотры-конкурсы на лучшую постановку информационной работы;

4.8. организовать работу молодежного совета в части привлечения молодых профсоюзных активистов к созданию и распространению информации о деятельности профсоюзов, проводимых акциях;

4.9. обеспечить подписку на газеты «Народная трибуна», «Солидарность» из расчета 1 экземпляр газеты на 100 членов профсоюзов, в организациях с численностью менее 100 членов профсоюза не менее 1 экземпляра на организацию;

4.10. активно вести личные страницы профсоюзных лидеров в социальных сетях.

5. Членским организациям ФПСО ежегодно (в срок до 1 декабря) заполнять Yandex-Forms для оценки информационной работы (форма будет направляться дополнительно).

6. Контроль за исполнением настоящего Постановления возложить на Президиум ФПСО.

**Председатель
Федерации профсоюзов
Самарской области**



Д.Г. Колесников

Приложение № 1
к Постановлению
Президиума ФПСО
№5-13 от 13.12.2024г.

Методика оценки
информационной работы членских организаций ФПСО

Самара, 2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|------------------------------------------------------|-----|
| Введение | 6 |
| 1. Информационное обеспечение и взаимодействие | 7 |
| 2. Информационные ресурсы | 7 |
| 2.1 Печатные издания..... | 7 |
| 2.2. Сайты | 11 |
| 2.3. Социальные сети | 174 |

Введение

Методика оценки информационной работы профсоюзной организации разработана для всесторонней и объективной оценки состояния информационных ресурсов ФПСО на всех уровнях профсоюзной структуры.

В рамках данной методики оценке подлежат следующие элементы информационной работы профсоюзов:

1. Информационное обеспечение и взаимодействие.
2. Информационные ресурсы организации.

Оценка проводится в виде мониторинга ФПСО – в отношении её членских организаций.

1. Информационное обеспечение и взаимодействие

Информационное обеспечение – система методов, средств и концепций по распространению в средствах массовой информации, социальных сетях и по иным каналам связи информации о работе профсоюзов и профсоюзных объединений, инициативах ФПСО и ее членских организаций по решению задач в социально-трудовой сфере; взаимодействию с иными институтами общества и государства, оказывающими влияние на формирование общественного мнения.

Информационное взаимодействие профсоюзных организаций – системная организация подготовки информационных материалов и регулярного обмена ими на всех уровнях – от первичной профсоюзной организации до ФНПР.

В рамках данной методики оценка состояния информационного обеспечения проводится на основании самостоятельного заполнения анкеты представителем обследуемой организации.

| Параметр | Оценка |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Документы | |
| Наличие собственных системных документов по информационной работе ¹ | 1 – есть, актуализировано; 0,5 – есть, не актуализировано; 0 – нет |
| Наличие решения выборного органа в отношении системных документов ФНПР | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Ресурсное обеспечение | |
| Финансирование ² | 1 – в полном объеме; 0,5 – частично; 0 – нет финансирования |
| Гранты на информационную работу, в том числе – от внешних источников и вышестоящих профструктур (при наличии таких грантов) | 1 – широко используются; 0,5 – редко используются; 0 – не используются |
| Ресурсы вышестоящей профсоюзной организации | 1 – широко используются; 0,5 – редко используются; 0 – не используются |
| Контакты с внешними СМИ | |
| Наличие актуального списка контактов | 1 – имеется; 0 – не имеется |

¹ Актуализировано после принятия решения Генерального совета ФНПР от 24.11.2021 № 10-5 «Об информационной политике и цифровизации работы профсоюзов»

² Финансирование реализации информационной политики должно составлять не менее 5% от бюджета на каждом из уровней профсоюзной структуры

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| внешних печатных СМИ | |
| Наличие актуального списка контактов внешних Интернет-СМИ | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Наличие актуального списка контактов внешних теле- и радио СМИ | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Период партнерских публикаций в Интернете | 1 – материалы выходят не реже 2 раз в месяц; 0,5 – выходят не реже 1 раза в месяц; 0 – выходят реже |
| Период партнерских публикаций в печатной прессе | 1 – материалы выходят не реже 2 раз в месяц; 0,5 – выходят не реже 1 раза в месяц; 0 – выходят реже |
| Период партнерских теле- и радио передач | 1 – выходят не реже 2 раз в месяц; 0,5 – выходят не реже 1 раза в месяц; 0 – выходят реже |
| Пресс-конференции, организуемые для не профсоюзных СМИ | 1 – проходят не реже 2 раз в год; 0,5 – проходят 1 раз в год; 0 – выходят реже |
| Освещение профсоюзными СМИ вопросов социального партнерства | 1 – да, регулярно; 0,5 – не регулярно; 0 – не освещают |
| Освещение профсоюзной тематики СМИ социальных партнеров | 1 – да, регулярно, 0,5 – не регулярно, 0 – не освещают |
| В документах социального партнерства ³ отражена тематика взаимного информирования | 1 – есть; 0 – нет |
| В документах социального партнерства отражена тематика распространения информации партнеров | 1 – есть; 0 – нет |
| В документах социального партнерства отражено выделение ресурсов на информационную работу | 1 – есть; 0 – нет |

³ В зависимости от уровня профсоюзной организации – в трехсторонних и двусторонних соглашениях, коллективных договорах

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Информационное взаимодействие | |
| Информационные кампании ⁴ | 1 – проводятся; 0 – не проводятся |
| Мероприятия по знакомству с деятельностью профсоюзов в вузах и ссузах | 1 – проводятся не реже 1 раза в 6 мес.; 0,5 – проводятся реже 1 раза в 6 мес.; 0 – не проводятся |
| Бизнес-инструменты и инструменты интернет-маркетинга ⁵ для профсоюзной деятельности | 1 – широко используются; 0,5 – редко используются; 0 – не используются |
| Информация от вышестоящих профсоюзных организаций | 1 – поступает регулярно ⁶ ; 0,5 – поступает не регулярно; 0 – не поступает |
| Информация от вышестоящих профсоюзных организаций | 1 – регулярно направляется «вниз» по профсоюзной структуре; 0,5 – направляется с задержкой; 0 – не направляется |
| Информация в вышестоящие профсоюзные организации | 1 – направляется регулярно; 0,5 – направляется не регулярно; 0 – не направляется |
| База контактов профсоюзных руководителей ⁷ | 1 – имеется, обновляется не реже 1 раза в квартал; 0,5 – имеется, обновляется реже 1 раза в квартал; 0 – не имеется или не обновляется |
| База контактов профсоюзных активистов ⁸ | 1 – имеется, обновляется не реже 1 раза в год; 0,5 – имеется, обновляется реже 1 раза в год; 0 – не имеется или не обновляется |
| Чат профсоюзных руководителей ⁹ | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Вышестоящей профсоюзной организации обеспечен | 1 – да; 0 – нет |

⁴ Организация информационных кампаний, участие в проведении кампаний в защиту прав профорганизаций и активистов, в поддержку акций солидарности профсоюзов и, в целом, ФНПР

⁵ В контексте обследования - смс- и почтовые рассылки, лэнды, воронки, a-b-тесты страниц, формирование трафика через таргетированную рекламу и т.п.

⁶

⁷ База содержит личные телефоны и личные адреса электронной почты.

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| доступ в чат руководителей | |
| Чат профсоюзных активистов | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Вышестоящей профсоюзной организации обеспечен доступ в чат профактива | 1 – да; 0 – нет |
| Внедрен электронный документооборот ¹⁰ с вышестоящей профсоюзной организацией | 1 – да; 0 – нет |
| Внедрен электронный документооборот с нижестоящими профсоюзными организациями | 1 – да; 0 – нет |

2. Информационные ресурсы

Информационные ресурсы профсоюзов – печатные издания профсоюзов (газеты, журналы, иные формы печатной продукции), сайты и другие интернет-источники профсоюзной информации (группы, каналы, аккаунты, ленты, блоги в социальных сетях, мессенджерах, видеосервисах) профсоюзные стенды и т.п.

2.1 Печатные издания

Согласно Концепции информационной политики (Постановление Генсовета ФНПР №10-5 от 24.11.2021 г.) газеты, журналы, иные формы печатной продукции относятся к категории информационных ресурсов, однако Концепция не содержит норм, обязывающих профсоюзные организации иметь именно печатные профсоюзные издания.

Оценивается экспертом вышестоящей организации, проводящей мониторинг обследуемой организации, кроме раздела о подписке.

| Параметр | Оценка |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Профсоюзное издание | |
| Наличие собственного печатного издания | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Распространение | 1 – по подписке; 0 – свободное распространение |
| Тираж | 1 – свыше 1000 экз.; 0 – менее 1000 экз. |
| Периодичность выхода | 1 – выходит не реже раза в неделю; 0,5 – выходит не реже 1 раза в месяц; 0 – выходит реже, чем 1 раз в месяц |

¹⁰ Система ЭДО подразумевает кроме пересылки документа в электронном виде систему сбора, хранения и анализ информации о действиях с этими документами, систему контроля сроков

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Вид и объем печатного издания | 1 – журнал или газета объемом не менее 12 полос; 0,5 – журнал или газета объемом не менее 8 полос; журнал или газета объемом менее 8 полос |
| Наличие печатной продукции (плакаты, флаеры, флаги, бейджи, календари, блокноты и пр.) | 1 – есть (наличие минимум двух видов печатной продукции); 0 – нет |
| Качество подготовки материалов | |
| Разнообразие жанров | 1 – есть ¹¹ ; 0,5 – частично; 0 – нет |
| Комментарии экспертов | 1 – есть ¹² ; 0 – нет |
| Структурная организация текста | 1 – материалы издания структурно подготовлены и проработаны ¹³ ; 0 – материалы издания не имеют четкой структуры |
| Информативность | 1 – материалы информативны ¹⁴ ; 0,5 – ограниченно информативны ¹⁵ ; 0 – не информативны |
| Качество текста | 1 – тексты качественные ¹⁶ ; 0,5 – не вполне качественные ¹⁷ ; 0 – не качественные ¹⁸ |
| Читаемость материалов | 1 – материалы читаемы ¹⁹ ; 0,5 – трудно читаемы ²⁰ ; 0 – не читаемы ²¹ |
| Профсоюзный контент | |

¹¹ В издании присутствует значительное разнообразие жанров – репортажи, интервью, заметки, статьи, очерки; 0,5 – разнообразие жанров в издании ограничено тремя; 0 – издание преимущественно состоит из официальных документов и коротких заметок

¹² Наличие в материалах издания комментариев от профилированных по актуальным социально-экономическим/отраслевым/региональным проблемам

¹³Наличие заголовков, подзаголовков, врезов, лидов

¹⁴ Материалы содержат свежие новости, цифры, аналитику, рассказывают об обновлениях в федеральном/отраслевом/региональном законодательстве, анализируют работу профсоюза/территориального профсоюзного объединения/профсоюзной организации

¹⁵ Содержат часть информации из перечисленного выше списка

¹⁶ Материалы издания не содержат грамматических, орфографических, стилистических ошибок

¹⁷ В отдельных материалах издания найдены грамматические, орфографические, стилистические ошибки

¹⁸ Большинство материалов издания содержат грамматические, орфографические, стилистические ошибки

¹⁹ Материалы издания написаны живым, понятным языком, не содержат (сверх необходимого) бюрократизмов, «профсоюзного новояза», аббревиатур, а также заглавных букв при наименовании организаций и ведомств

²⁰ В материалах издания встречаются излишние элементы, затрудняющие восприятие текстов

²¹ Многочисленные элементы, затрудняющие восприятие текстов в материалах издания

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| Наличие материалов отчетов с крупных официальных профсоюзных мероприятий | 1 – есть; 0 – нет |
| Наличие материалов о работе отдельных профсоюзных структур/организаций | 1 – есть; 0 – нет |
| Наличие материалов о социальном партнерстве в отрасли/регионе/на предприятии | 1 – есть; 0 – нет |
| Наличие описания лучших практик профсоюзных организаций от коллег по отрасли и регионам. | 1 – есть; 0 – нет |
| Наличие информации о спортивных соревнованиях, конкурсах, обучении, форумах, тренингах, проводимых профорганизациями | 1 – есть; 0 – нет |
| Наличие ярких примеров защиты интересов членов профсоюза | 1 – есть; 0 – нет |
| Дизайн, верстка и оформление издания | 1 – есть; 0 – нет |
| Верстка выполнена по модульной сетке ²² | 1 – да; 0 – нет |
| Используется ограниченное, постоянное количество шрифтов | 1 – да; 0 – нет |
| Постоянные рубрики издания оформлены названием и/или графически | 1 – да; 0 – нет |
| Однотипные структурные элементы оформлены одинаково | 1 – да; 0 – нет. |

²² Тексты и графические элементы на своих местах, в разных колонках строчки идут по одной линии. Границы графики совпадают с границами текстовых колонок

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Заголовки, врезки и другие элементы выделяются на фоне основного текста | 1 – да; 0 – нет |
| В оформлении материалов присутствует достаточно визуальных элементов ²³ | 1 – большинство материалов имеет визуальное оформление; 0,5 – многие материалы имеют визуальное оформление; 0 – лишь небольшая часть материалов оформлены визуальными элементами |
| Указано авторство материалов | 1 – да; 0 – нет |
| Присутствуют выходные данные ²⁴ | 1 – да; 0 – нет |
| Указаны контактные данные издания ²⁵ | 1 – да; 0 – нет |
| Подписка на профсоюзные СМИ ²⁶ | |
| Подписка на газету «Солидарность» | 1 – подписка присутствует 0 – подписка отсутствует |
| Подписка на газету «Народная трибуна» | 1 – подписка присутствует 0 – подписка отсутствует |
| Подписка на отраслевое/территориальное профсоюзное издание (при наличии) | 1 – норма выполняется полностью ²⁷ ;; 0,5 – норма выполняется не полностью; 0 – подписка не ведется |
| Обеспечение членов профсоюза собственным СМИ | 1 – норма выполняется полностью ²⁸ ; 0,5 – норма выполняется не полностью; 0 – подписка не ведется |
| Использование дополнительных информационных ресурсов (размещение информации на билбордах, в транспорте, на остановочных павильонах, радиоэфире, изготовление информационных перетягов) | 1 – присутствует 0 – отсутствует |

²³ Фотографии, карикатуры, элементы инфографики и т.п.

²⁴ Название издания, год и номер выпуска, тираж, состав редакции

²⁵ Телефон, электронная почта, страницы в социальных сетях, каналы в мессенджерах

²⁶ Оценивается на основании опроса оцениваемой организации

²⁷ Нормы устанавливаются выборным органом учредителя

²⁸ Нормы устанавливаются выборным органом учредителя

2.2. Сайты

Согласно Концепции информационной политики ФНПР сайт необходимо иметь:

— всем организациям профсоюзов и ППО - по желанию, а при численности свыше 5000 членов профсоюза – в обязательном порядке.

Оценивается экспертом вышестоящей организации, проводящей мониторинг обследуемой организации, кроме раздела о подписке.

| Параметр | Оценка |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Структура сайта | |
| Структура сайта в целом | 1 – проста, понятна, отражает деятельность профсоюзной организации; 0 – не соответствует рекомендациям ²⁹ |
| Наличие основных разделов | По 0,1 за каждый раздел: — Об организации — История — Председатель — Коллегиальные органы — Членские организации / Структурные организации (для профсоюзов) (при наличии) — Направления работы — Новости — Документы — Электронная приемная — Контакты Максимум – 1 |
| Названия разделов | 1 – нет узкопрофсоюзных, непонятных для широкого круга пользователей терминов; 0 – не соответствуют рекомендациям |
| Название организации | 1 – без аббревиатур, понятное для пользователя; 0 – не соответствует рекомендациям |
| Заголовки | 1 – присутствуют названия страницы, если необходимо подзаголовки; 0 – нет |
| Инструменты поиска и рубрикаторы | 1 – присутствуют; 0 – нет |
| Информация о руководителях | 1 – максимально «очеловечена» (фото, биографии и т.п.); 0,5 – частично; 0 – не соответствует рекомендациям |

²⁹ Рекомендации по созданию и ведению сайтов профсоюзных организаций в сети Интернет, Одобрено на заседании Постоянной комиссии Генерального Совета ФНПР по информационной политике 19 апреля 2022 г.

| | |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Значимые элементы | |
| Профсоюзная принадлежность | 1 – в явном виде содержит информацию о принадлежности к ФНПР, отраслевой и территориальной принадлежности; 0 – не соответствует рекомендациям |
| Деятельность организации | 1 – сайт в явном виде отражает деятельность организации, в том числе ее выборных органов. Формы демонстрации – публикация принятых решений, аналитических материалов по направлениям работы, содержательных новостей, 0,5 – частично отражает; 0 – не соответствует рекомендациям |
| Структура организации ³⁰ | 1 – размещена; 0 – не размещена |
| Версия сайта для слабовидящих | 1 – присутствует; 0 – нет |
| Адаптивная верстка | 1 – присутствует; 0 – нет |
| Интерактив | 1 – присутствует; 0 – нет |
| Методические материалы | 1 – имеются, актуальны; 0,5 – частично; 0 – отсутствуют |
| Актуальность ³¹ | 1 – соответствует рекомендациям; 0,5 – частично; 0 – не соответствует |
| Персональные данные | 1 – соответствует рекомендациям ³² ; 0,5 – частично; 0 – отсутствует |
| Технические требования к размещаемой информации | |
| Информация доступна к копированию | 1 – доступна; 0 – нет |

³⁰ Недопустима подмена структуры профсоюзной организации структурой ее аппарата

³¹ Проверяются материалы по всем разделам сайта, частота постинга новостей, работа ссылок и актуальность контактов

³² Размещена политика конфиденциальности и информирование о том, что на сайте используются файлы cookies. Сайт снабжен SSL-сертификатом

| | |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Поисковая выдача | 1 – сайт легко ищется поисковыми машинами по ключевым запросам; 0,5 – частично; 0 – не соответствует рекомендациям |
| Документы | 1 – доступны для чтения, скачивания, в т.ч. на мобильных устройствах (не размещаются заархивированные папки и т.п.); 0 – не соответствует рекомендациям |
| Изображения | 1 – хорошего качества, композиционно выстроенные, не содержат лишних символов (например, дата съемки), с указанием автора (если требуется), доступны для скачивания; 0,5 – частично; 0 – не соответствуют рекомендациям |
| Новости | |
| Принцип «одно событие – одна новость» | 1 – соблюдается; 0,5 – частично; 0 – не соблюдается |
| Логика построения текстов | 1 – соблюдается ³³ ; 0,5 – частично; 0 – не соблюдается |
| Структура текста | 1 – присутствуют заголовок, лидер-абзац (расшифровка новостного повода), текст (3-7 абзацев), дата и источник (при наличии); 0,5 – частично; 0 – не соблюдается |
| Сокращения и аббревиатуры, инициалы | 1 – не используются; 0,5 – иногда встречаются; 0 – часто используются |
| Используются цитаты | 1 – тексты иллюстрируются цитатами официального лица профсоюзов (первоисточника, первого лица) – руководителя ТООП, Профсоюза, теркома, ППО, или профсоюзного эксперта (штатного), организатора профсоюзной акции, участника события и т.п.; 0,5 – иногда встречаются; 0 – не используются |

³³ Текст новости явно отвечает на вопросы «Кто?», «Что?», «Когда?», «Где?», «Почему?», «Как и почему именно сейчас и здесь?»

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| Виджеты | |
| Виджет ФНПР/ФПСО | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Виджет ЦПГ «Солидарность»/ Газеты «Народная трибуна» | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Виджет вышестоящей организаций | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Безопасность³⁴ | |
| Наличие документа «Политика конфиденциальности» на официальном сайте организации | 1 – имеется; 0 – не имеется |

2.3. Социальные сети

Согласно Концепции информационной политики ФНПР аккаунты в социальных сетях необходимо иметь:

— всем организациям профсоюзов и ППО - по желанию, а при численности свыше 1000 членов профсоюза – в обязательном порядке.

На текущий момент, исходя из законодательства Российской Федерации, приоритетными социальными сетями для профсоюзных организаций и профсоюзных активистов являются ВКонтакте и Телеграм.

³⁴ Оценивается через анкетирование оцениваемой организации

| Параметр | Оценка |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Официальное сообщество ВКонтакте | |
| Наличие официального сообщества | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Информация об организации в описании | По 0,5 за каждый пункт: - ссылка на сайт; - основные направления деятельности; - количество членских организаций, членов профсоюза, иной цифровой факт |
| Меню | 1 – меню сообщества имеется, включает основные рубрики – темы публикаций; 0 – нет |
| Фирменный стиль | 1 – присутствует единый визуальный стиль публикаций; 0 – нет |
| Визуальное оформление сообщества | 1 – есть баннер, аватарка (изображение сообщества), а также изображения к публикациям выполнены с учетом современных тенденций в дизайне; 0 – рекомендации не соблюдены |
| Оформление текста публикаций | 1 – современное оформление, т.е. отвечает требованиям ³⁵ ; 0,5 – частично отвечает требованиям; 0 – нет |
| Хэштеги ³⁶ | 1 – присутствуют; 0 – нет |
| Разнообразие форматов ³⁷ контента | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Разнообразие тематики ³⁸ | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Регулярность публикаций | 1 – несколько в неделю; 0,5 – 1 в неделю; 0 – реже 1 раза в неделю |
| Наличие общепрофсоюзной повестки | 1 – имеются репосты или рерайты новостей ФНПР и газеты «Солидарность»; 0 – нет |
| Актуальность | 1 – информация актуальная везде ³⁹ ; |

³⁵ Текст без инициалов героев. Отступы между абзацами для удобства восприятия текста подписчиками. Использование «смайликов» для акцента на важных моментах, а также разделения текста

³⁶ Использование хэштегов организации, а также общепрофсоюзных по направлениям деятельности, например: #профсоюзы #социальнопартнерство #охранатруда

³⁷ Варианты форматов контента: статья, опрос, мем, инфографика и т.п.

³⁸ Не только о проведенных мероприятиях

| | |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| информации на странице | 0,5 – если частично; 0 – если вся устаревшая |
| Реакции ⁴⁰ | 2 – свыше 6%; 1 - от 3,5% до 6%; 0,5 - от 1% до 3,5%; 0 – менее 1% |
| Комментарии | 1 – если включены и получают ответ/модерацию ⁴¹ ; 0,5 – если включены и не модерируются; 0 – если отключены |
| Контакты организации | 1 – указаны актуальные контакты организации; 0 – не указаны или не актуальны |

³⁹ Актуальная информация в закрепленном сообщении разделы (при наличии). Актуальная информация при переходе в меню разделы (при наличии). Обновляются разделы: «Фотографии», «Видео», «Файлы», «Ссылки» (при наличии)

⁴⁰ Реакции, Engagement Rate (ER) — это индекс вовлечённости пользователей, равен отношению реакций к количеству подписчиков, умноженным на 100 %. Активной реакцией считается: лайк, репост, комментарий, сохранение публикации

⁴¹ Комментарии не остаются без ответа, если того требуют.

Проводится работа с негативными комментариями – либо на них отвечают, либо они модерируются

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Собственное молодёжное сообщество/канал ВКонтакте и Telegram ⁴² | |
| Наличие официального сообщества/канала в социальной сети «Вконтакте» и мессенджере Telegram | 1 – имеются оба сообщества; 0,5 – сообщество создано только в социальной сети «Вконтакте» или мессенджере Telegram 0 – не имеются |
| Информация об организации в описании | По 0,5 за каждый пункт (текстовой, адрес сайта, др.) |
| Меню | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Фирменный стиль | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Визуальное оформление сообщества | 1 – современное; 0 – нет |
| Оформление текста публикаций | 1 – современное, т.е. отвечает требованиям; 0,5 – частично отвечает требованиям; 0 – нет |
| Хэштеги #ФНПР #ФПСО63 #Профсоюзы63 | 1 – присутствуют; 0 – нет |
| Разнообразие форматов контента | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Разнообразие тематики | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Регулярность публикаций | 1 – несколько в неделю; 0,5 – 1 раз в неделю; 0 – реже 1 раза в неделю |
| Наличие общепрофсоюзной повестки | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Актуальность информации на странице | 1 – информация актуальная везде; 0,5 – если частично; 0 – если вся устаревшая |
| Реакции | 2 – свыше 6%; 1 – от 3,5% до 6%; |

⁴² Критерии те же, что для официальных страниц

| | |
|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 0,5 – от 1% до 3,5%; 0 – менее 1% |
| Комментарии | 1 – включены и получают ответ/модерацию; 0,5 – включены и не модерируются; 0 – отключены |
| Контакты организации | 1 – указаны актуальные контакты организации; 0 – не указаны или не актуальны |
| Личная страница руководителя организации | |
| Наличие в социальной сети «Вконтакте» и мессенджере Telegram | 1 – имеется; 0,5 – имеется только в социальной сети «Вконтакте» или мессенджере Telegram 0 – не имеется |
| Указание места работы | 1 – в описании страницы или месте работы указано профобъединение, ссылка на его сайт и/или сообщество в соцсети, если есть; 0 – не указано |
| Аватарка | 1 – выдержана в официальном стиле или «smart casual»; 0 – рекомендации не соблюдены |
| Разнообразие контента ⁴³ | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Наличие общепрофсоюзной повестки | 1 – репосты/рерайты профсоюзных новостей снабжены личным отношением к предмету публикации; 0,5 – имеются репосты или рерайты из профсоюзных сообществ; 0 – если нет |
| Канал организации в Telegram | |
| Наличие канала членской организации ФНПР | 1 – имеется; 0 – не имеется |
| Описание канала | 1 – в описании канала указаны краткая информация об организации, ее сайт и/или контакты; 0 – если нет |
| Разнообразие контента | 1 – контент полностью или частично не дублируется с сайта или сообществ(а) организации в социальных сетях; 0 – нет |
| Наличие общепрофсоюзной | 1 – имеются репосты или рерайты новостей ФНПР, газеты «Солидарность», иных профсоюзных источников; |

⁴³ Разнообразный контент о работе организации, увлечениях, семье, а не только репосты из профсоюзных сообществ или личный контент.

| | |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| повестки | 0 – нет |
| Комментарии | 1 – комментарии включены и модерируются ⁴⁴ ; 0,5 – включены, но нет обратной связи; 0 – выключены |
| Реакции к публикации | 1 – включены реакции в настройках канала; 0 – если нет |
| Наличие отдельного канала руководителя профорганизации в Telegram | 1 – имеется; 0 – не имеется |

⁴⁴ Добавлена группа для того, чтобы была возможность комментировать посты. Комментарии не остаются без ответа, если того требуют. Проводится работа с негативными комментариями – либо на них отвечают, либо они модерируются