

*Утвержден
приказом президента НФФР
от 24.07.2022,
с изменениями, внесенными
приказами президента НФФР
от 31.10.2022 и 25.02.2023.*

РЕГЛАМЕНТ
МЕДИА-ЧЕМПИОНАТА
НАЦИОНАЛЬНОЙ ФЕДЕРАЦИИ ФЛОРБОЛА РОССИИ (НФФР)
СЕЗОН 2022/2023

I. Цели медиа-чемпионата

Медиа-чемпионат (*далее – Турнир*) организован в целях:

- определения лучшей флорбольной пресс-службы России
- повышения уровня работы российских флорбольных пресс-служб в медиа-пространстве
- стимулирования создания качественного контента в медиа-пространстве.

II. Организация и проведение медиа-чемпионата

Проведение турнира и оперативное управление им осуществляет Оргкомитет медиа-чемпионата (*далее – Оргкомитет*). Оргкомитет осуществляет:

- разработку и утверждение настоящего Регламента, в том числе приложений к нему;
- лицензирование пресс-служб для участия в Турнире;
- подсчет и выставление очков в Турнире;
- награждение победителей и призёров Турнира;
- регистрацию и публикацию ежемесячных и итоговых результатов Турнира;
- утверждение итогов Турнира;
- иные полномочия в соответствии с настоящим Регламентом и дополнениями к нему.

III. Участники медиа-чемпионата

Участниками медиа-чемпионата могут быть только пресс-службы Клубов, участвующих в соревнованиях под эгидой НФФР и/или региональных отделений НФФР и/или региональных федераций-членов НФФР.

Обязательное участие в медиа-чемпионате принимают пресс-службы Клубов, принимающих участие в Чемпионате России по флорболу среди мужских команд (Высшая лига).

В медиа-чемпионат могут быть добавлены новые участники, отправившие заявку в свободной форме в адрес пресс-службы НФФР.

Заявки на участие в медиа-чемпионате рассматриваются комитетом в течение 5 рабочих дней после подтверждения получения заявки.

IV. Условия участия в медиа-чемпионате

Не менее, чем за 2 недели до начала медиа-чемпионата пресс-служба Клуба-участника предоставляет в Оргкомитет:

- логотип (эмблему) Клуба в цвете в векторном формате: eps, ai, cdr. В случаях, когда это предусмотрено фирменным стилем, основной логотип представляется в монохромном варианте;
- Руководство по использованию фирменного стиля с информацией о фирменных цветах Клуба в режимах CMYK, RGB и системе PANTONE (при наличии);
- Ссылки на Социальные сети клуба.

В качестве логотипа/эмблемы Клубом могут быть заявлены:

- товарный знак (знак обслуживания), зарегистрированный в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации, исключительными правами на который обладает Клуб или третье лицо, с которым Клубом заключён соответствующий лицензионный договор, зарегистрированный в Федеральной службе по интеллектуальной собственности (Роспатенте), или знак, в отношении которого установлен приоритет (подана заявка в Роспатент);
- эмблема Клуба (в случае, если Клуб является некоммерческой организацией), зарегистрированная в Министерстве юстиции Российской Федерации;
- эмблема, утверждённая уполномоченным органом управления Клуба и не подлежащая государственной регистрации.

Клуб должен предоставить Оргкомитету доступ к статистическим показателям своих Социальных сетей.

В случае непредоставления информации, указанной в данной статье в указанный срок, клубу не будут начисляться баллы за участие в медиа-чемпионате.

V. Условия начисления очков в медиа-чемпионате

Начисление очков в медиа-чемпионате производится по следующим критериям:

- Наполняемость социальных сетей;
- Посещаемость ВК;

- Качество социальных сетей;
- Контент в социальных сетях;
- Работа со СМИ.

Критерий «Наполняемость социальных сетей» высчитывается на основании количества публикаций в течение календарного месяца (без учета формата Stories, републикаций и круглых мини-видео) во ВКонтакте и Телеграме (количество публикаций суммируется):

- 28 и больше – 7 очков
- 24-27 — 6 очков
- 20-23 — 5 очков
- 16-19 — 4 очка
- 12-15 — 3 очка
- 8-11 — 2 очка
- 4-7 — 1 очко
- 0-4 — 0 очков

Клубы получают очки за активные страницы в других соцсетях и медиа:

3 очка за блог на Sports.ru — не менее 4 публикаций в месяц

2 очка за YouTube-канал — не менее 1 видео в месяц

1 очко за страницу в Одноклассниках — не менее 4 постов в месяц

В критерии «Посещаемость ВК» учитывается количество уникальных пользователей и посещений группы ВКонтакте в течение одного календарного месяца. Критерий «Посещаемость ВК» рассчитывается по формуле: (Уникальные пользователи + Посещения ВК), делённое на два. В соответствии с полученными результатами, формируется рейтинг, в котором каждый клуб получает обратно пропорциональное занятому месту количество очков. Таким образом формируется итоговая оценка критерия «Посещаемость ВК».

В критерии «Качество социальных сетей» учитывается сумма рейтинга по количеству подписчиков (ВКонтакте + Телеграм), рейтинга по вовлеченности на пост, рейтинга по количеству реакций и рейтинга по вовлеченности в день во ВКонтакте.

Рейтинг по количеству подписчиков формируется относительно суммы количества подписчиков во ВКонтакте и Телеграме (по отдельности).

Каждый клуб получает обратно пропорциональное занятому месту количество очков.

Вовлеченность в день во ВКонтакте высчитывается по следующей формуле: общее количество реакций в месяц, поделённое на количество дней в месяце и поделённое на количество подписчиков в соцсети. Полученное число умножается на 100. Каждый клуб получает обратно пропорциональное занятому месту количество очков.

Вовлеченность на пост во ВКонтакте высчитывается по следующей формуле: общее количество реакций в месяц, поделенное на количество постов в месяце и поделенное на количество подписчиков в соцсети. Полученное число умножается на 100. Каждый клуб получает обратно пропорциональное занятому месту количество очков.

Рейтинг по количеству реакций формируется относительно суммы количества лайков, комментариев и репостов во ВКонтакте. Каждый клуб получает обратно пропорциональное занятому месту количество очков.

В критерии «Контент в социальных сетях» члены Оргкомитета выставляют свои оценки общему качеству выкладываемого клубами контента в социальных сетях (качеству графики и видео, стилистике и качеству текстов, и другим факторам). Каждый член Комитета выставляет свою оценку от 1 до 10, после чего выставленные баллы складываются. Именно столько очков набирает клуб в месяце.

Клуб может получить дополнительные очки за выполнение специальных критериев (очки начисляются ежемесячно):

- Наличие в социальных сетях клуба разделов с составом и (или) профилями игроков всех команд клуба (основной, а также резервный и женский, при наличии) — 4 очка
- Наличие в социальных сетях клуба интернет-магазина с атрибутикой клуба — 4 очка
- Наличие в социальных сетях ссылок на официальный сайт НФФР, а также ссылок на группу ВК, канал в Телеграме, блог на Sports.ru и YouTube-канал НФФР – 4 очка
- Наличие в социальных сетях клуба информации о руководстве и сотрудниках клуба (в том числе пресс-атташе) – 4 очка

Оргкомитет по своему усмотрению может добавить очки за необычные и выдающиеся достижения в сфере медиа, а также за распространение информации, предоставленной НФФР и способствующей развитию флорбола. При этом Оргкомитет обязан обосновать дополнительное начисление очков.

В случае несоответствия названия сообществ участников в социальных сетях организационно-правовой форме команды/клуба, Оргкомитет имеет право снизить общее количество очков, набранных участником за календарный месяц, но не более чем на 25%. В случае обнаружения Оргкомитетом накрутки, клуб может быть оштрафован вплоть до снятия 100% очков в месяце.

В критерии «Работа со СМИ» учитывается количество публикаций о деятельности клуба (интервью, аналитические статьи и т.д.) в средствах массовой информации, входящих в «Перечень наименований зарегистрированных СМИ» Роскомнадзора и имеющих действующее свидетельство. Каждый клуб получает обратно пропорциональное занятому месту количество очков.

VI. Определение мест клубов

Все показатели, перемноженные на коэффициенты, складываются в общий месячный балл клуба. Очки, полученные клубами, складываются каждый календарный месяц.

В случае прекращения деятельности клуба, он прекращает участие в медиа-чемпионате, не набирая очки в последующих месяцах. В случае реформирования клуба, новообразованный клуб имеет право получить баллы от своего предшественника.

В случае равенства очков у двух и более команд места команд в таблице медиа-чемпионата определяются:

- По количеству очков в критерии «Качество социальных сетей»
- По количеству очков в критерии «Контент в социальных сетях»
- По количеству очков в критерии «Работа со СМИ»
- По количеству очков в критерии «Наполняемость социальных сетей»
- По количеству очков в критерии «Посещаемость ВК»

При абсолютном равенстве всех указанных показателей места команд в итоговой турнирной таблице определяются Оргкомитетом.

VII. Награждение победителя и призёров медиа-чемпионата

Клубу, занявшему первое место в итоговой турнирной таблице медиа-чемпионата, присваивается звание «Победитель медиа-чемпионата НФФР». Клуб награждается дипломом НФФР и денежным призом в размере 30 000 (тридцать тысяч) рублей.

Клуб, занявший второе место, награждается дипломом НФФР и денежным призом в размере 20 000 (двадцать тысяч) рублей.

Клуб, занявший третье место, награждается дипломом НФФР и денежным призом в размере 10 000 (десять тысяч) рублей.

НФФР оставляет за собой право изменить величину, количество и вид призов для победителя и призёров медиа-чемпионата. Изготовление наградной атрибутики производится НФФР.

VIII. Ответственность клубов

Клубы, принимающие участие в медиа-чемпионате, обязаны выполнять все требования настоящего Регламента, проявлять при этом дисциплинированность, организованность, уважение по отношению друг к другу и болельщикам.

Клубы несут ответственность за контент в социальных сетях, а Официальные лица Клубов не имеют права вмешиваться в действия Оргкомитета медиа-чемпионата.

Клубы несут ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязанностей, установленных настоящим Регламентом

IX. Особые положения

Клубы-участники медиа-чемпионата обязаны помогать НФФР в продвижении российского флорбола в том числе и посредством постов, предоставляемых НФФР. Пересмотр итогов медиа-чемпионата по любым причинам после их утверждения НФФР не допускается.

Любой вопрос, не предусмотренный настоящим Регламентом, регулируется Оргкомитетом. Положения настоящего Регламента действуют со дня его утверждения президентом НФФР и до дня утверждения Регламента следующего года.

Все приложения к настоящему Регламенту являются его составной частью.