

Политика проведения премии «Блогема»

Определения и термины

В рамках документа о Политике Премии используются следующие термины и определения:

- Президиум АБА — высший коллегиальный орган управления Ассоциации, действующий на постоянной основе. В соответствии с Уставом Ассоциации, Президиум осуществляет полномочия юридического лица от имени АБА и обеспечивает выполнение её ключевых функций. В рамках проведения премии «Блогема» на Президиум от имени АБА возлагаются стратегические и организационные задачи, включая утверждение состава Оргкомитета, Экспертного совета и Жюри, разработку и принятие регламентов премии и критериев отбора, а также рассмотрение и одобрение итоговых результатов премии. Таким образом, Президиум выступает центральным органом, ответственным за легитимность, прозрачность и соответствие премии установленным стандартам Ассоциации.
- Оргкомитет – рабочий орган Премии, формируемый из представителей компаний-участниц АБА, ответственный за операционную деятельность по организации и проведению Премии. Состав Оргкомитета утверждается Президиумом АБА.
- Комиссия предварительного отбора – группа экспертов, привлекаемая АБА на начальном этапе для формирования списка предварительного отбора. Состав Комиссии предварительного отбора утверждается Президиумом АБА.
- Экспертный совет – группа экспертов, осуществляющая номинацию кандидатов и их оценку для формирования лонг- и шорт-листов. Состав Экспертного совета утверждается Президиумом АБА и не может совпадать с составом Жюри.
- Жюри – экспертная группа, осуществляющая финальную оценку номинантов и определяющая победителей. Состав Жюри утверждается Президиумом АБА и не может совпадать с составом Экспертного совета.
- Номинация – категория Премии, в которой присуждаются награды.
- Лонг-лист – предварительный список номинантов, отобранных Экспертным советом.
- Шорт-лист – финальный список номинантов, отобранных Экспертным советом.
- Конфликт интересов – ситуация, при которой личная заинтересованность эксперта может повлиять на объективность оценки.
- Список предварительного отбора – первоначальный, не подлежащий публикации список кандидатов, сформированный на этапе предварительного номинирования для дальнейшей передачи в Экспертный совет.

Политика Премии (проект)

1. Ассоциация блогеров и агентств (АБА) — первая и крупнейшая в России саморегулируемая организация в сфере инфлюенс-маркетинга, объединяющая 63 агентства¹, представляющих до

¹ По состоянию на 16 октября 2025 года, данные внутреннего реестра АБА

80% рынка блогосферы². В связи с этим АБА обладает необходимой и достаточной компетенцией для определения ключевых достижений в отрасли, лидеров рынка, а также выявления и поощрения лучших блогеров, проектов, инициатив.

2. По инициативе АБА учреждена премия «Блогема». Её цели и задачи соответствуют Уставу Ассоциации, а масштаб АБА и совокупная доля рынка членов делают «Блогему» наиболее авторитетной национальной премией в блогосфере России.
3. АБА в лице Президиума в силу своего статуса от лица индустрии формально учреждает премию, формирует её регламенты, экспертно определяет перечень номинаций, формулирует критерии оценки, составляет предварительные перечни экспертных органов и коллегий, а также учреждает рабочие комитеты Премии³:
 - 3.1. Оргкомитет, которому от лица АБА поручается вся операционная деятельность в рамках организации и проведения Премии.
 - 3.2. Комиссия предварительного отбора, от лица которой АБА поручено формирование исходного списка кандидатов (Списка предварительного отбора) для дальнейшей передачи в Экспертный совет.
 - 3.3. Экспертный совет, которому от лица АБА поручено производить номинацию кандидатов и их оценку для формирования лонг- и шорт-листов, передаваемых членам Жюри.
 - 3.4. Жюри, которому от лица АБА поручено проводить финальную экспертную оценку номинантов, прошедших до стадии шорт-листа, и определять победителя.
4. Президиум АБА вправе учреждать дополнительные номинации в ходе проведения Премии. Решение об учреждении дополнительных номинаций, их критериях и порядке оценки принимается Президиумом АБА и оформляется отдельным протоколом. Информация о дополнительных номинациях публикуется на сайте Премии.
5. Организационный комитет Премии формируется из сотрудников компаний – членов Ассоциации решением Президиума АБА с учётом мнения и предложений всего состава Ассоциации. Численность Оргкомитета составляет от 7 до 10 человек. Члены Оргкомитета не могут одновременно входить в состав Экспертного совета или Жюри для обеспечения объективности и разделения функций.
6. Комиссия предварительного отбора формируется АБА из числа приглашенных экспертов для выполнения задачи формирования исходного списка кандидатов (Списка предварительного отбора).
 - 6.1. Комиссия предварительного отбора формируется Президиумом АБА из числа экспертов, соответствующих следующим критериям:
 - Опыт работы в сфере инфлюенс-маркетинга не менее 3 лет;
 - Наличие экспертизы в одной или нескольких номинациях Премии;
 - Отсутствие конфликта интересов с потенциальными номинантами.
 - 6.2. Численность Комиссии составляет от 10 до 15 человек. Состав Комиссии утверждается Президиумом АБА.
7. Экспертный совет премии — группа экспертов, которая будет номинировать и оценивать участников, составлять лонг- и шорт-листы.
 - 7.1. Экспертный совет формируется из:
 - Представителей организаций-участниц АБА.

² Расчет доли рынка осуществлен внутренними органами АБА и опубликован на официальном сайте

³ Премия «Блогема» является проектом Ассоциации блогеров и агентств (АБА), зарегистрированной в качестве некоммерческой организации (ОГРН 1227700336401, ИНН 9701208772). АБА обладает исключительным правом на учреждение, организацию и проведение Премии, а также на присуждение наград и использование символики Премии.

- Внешних экспертов по приглашению Президиума АБА.
- 7.2. Экспертный совет формируется из числа квалифицированных специалистов, при этом общая численность совета составляет от 50 до 100 экспертов. Распределение экспертов по номинациям осуществляется с учетом их профессиональной компетенции и при отсутствии конфликта интересов. Эксперт может участвовать в оценке нескольких номинаций при условии, что его профессиональная деятельность не создает конфликта интересов в отношении оцениваемых номинантов. Оптимальной численностью рабочей группы одной номинации считается 5 человек.
- 7.3. Распределение экспертов по номинациям осуществляется Оргкомитетом на основе поданных анкет, в которых эксперты указывают приоритетные для своей экспертизы номинации. При необходимости применяется жеребьевка. Представители агентств с эксклюзивными блогерами на контракте находятся в разных номинациях со своими блогерами, чтобы избежать предвзятости. Состав групп по каждой номинации публикуется на официальном сайте премии.
- 7.4. Эксперты не могут участвовать в оценке блогеров, с которыми находятся в договорных отношениях. Конфликт интересов декларируется заранее.
- Декларирование конфликта интересов является обязательным и осуществляется путем заполнения специальной формы при подаче заявки на участие в Экспертном совете.
 - Проверка достоверности сведений, указанных в декларации, осуществляется Оргкомитетом.
 - Санкцией за несообщение или предоставление недостоверных сведений является немедленное отстранение эксперта от работы в Совете.
- 7.5. Во главе каждой рабочей группы назначается председатель (куратор номинации). Куратор назначается Президиумом АБА по представлению Оргкомитета из числа наиболее авторитетных экспертов группы. Куратор номинации отвечает за организацию работы группы и принятое группой решение.
- 7.6. Основания для отстранения и замены членов Экспертного совета:
- Нарушение регламентов оценки и выявление конфликта интересов;
 - Предоставление недостоверных сведений при анкетировании;
 - По собственному желанию.
- 7.7. Замена членов Экспертного Совета осуществляется по предложению Оргкомитета и утверждается Президиумом АБА простым большинством голосов в течение 7 рабочих дней, но не позднее дня, предшествующего завершению голосования.
- 7.8. Созыв рабочих групп Экспертного совета:
- Приглашения направляются официальной электронной почтой на адреса, указанные при анкетировании, с уведомлением о прочтении, а также дублируются в мессенджер (по предпочтительному способу связи, указанному экспертом) не менее чем за 14 календарных дней до даты проведения.
 - Кворум для работы группы составляет 2/3 от списочного состава группы.
 - Решения принимаются простым большинством голосов членов группы
8. Жюри — внешние эксперты, не входящие в Экспертный совет, осуществляющие финальную оценку номинантов и определяющие победителей. Численность Жюри составляет не менее 10 и не более 20 человек.
- 8.1. Формирование Жюри осуществляется Президиумом АБА на основании открытого конкурса кандидатур. Кандидат в Жюри должен соответствовать не менее чем 2 (двум) из следующих критериев.
- 8.2. Критерии отбора:
- Высокая экспертная активность в индустрии, включая, но не ограничиваясь: комментирование новостей и событий индустрии для СМИ и профильной блогосферы; участие в профильных ассоциациях, организациях, союзах, комитетах; образовательная деятельность; участие в профильных мероприятиях индустрии; и др.;
 - Признание кандидата Президиумом АБА в качестве эксперта, чье мнение является ценным для определения победителей премии.

- Опыт руководящей работы в сфере медиа, маркетинга, блогосферы или смежных отраслях не менее 3 (трех) лет.

8.3. Состав Жюри утверждается Президиумом АБА и публикуется на сайте Премии после утверждения

Процедура проведения премии:

1. Президиум АБА определяет состав Оргкомитета, разрабатывает и утверждает регламент премии, список номинаций, экспертов и жюри. Работа органов Премии строится на принципах:
 - Коллегиальности принятия решений;
 - Публичности и прозрачности процедур (публикация всех документов на официальном сайте);
 - Возможности обжалования решений.
2. Президиум АБА разрабатывает и утверждает отдельные критерии оценки для Экспертного совета и Жюри. Критерии оценки публикуются на сайте Премии в виде отдельного приложения к настоящему Положению.
3. Все регламенты, составы, критерии оценки и прочие правила Премии публикуются на её сайте как утверждённые членами Президиума АБА.
4. Комиссия предварительного отбора:
 - Формирует исходный Список предварительного отбора путем сбора предложений от приглашенных экспертов.
 - Каждый эксперт Комиссии выдвигает кандидатов в общем списке номинаций, руководствуясь утвержденными критериями.
 - Список предварительного отбора передается в Экспертный совет для дальнейшей работы и не подлежит публикации.
 - Критерии для включения блогера в список предварительного отбора:
 - Отсутствие статуса иностранного агента;
 - Наличие действующих аккаунтов в разрешенных в России социальных сетях;
 - Соответствие деятельности законодательству РФ;
 - Отсутствие вступивших в силу судебных решений о нарушении законодательства в сфере информации и коммуникаций.
5. Члены Экспертного совета:
 - На основании Списка предварительного отбора проводят его анализ, дополнение и утверждение. Каждый эксперт имеет право предложить для включения в лонг-лист дополнительных кандидатов (не более двух в закрепленной номинации) с обязательным обоснованием;
 - На основании разработанных и учрежденных критериев оценки путем голосования формируют лонг-лист (10 кандидатов на 1 номинацию);
 - На основании разработанных и учрежденных критериев оценки путем голосования формируют шорт-лист (5 кандидатов на 1 номинацию);
 - Голосование проводится онлайн через защищенную платформу;
 - Каждый член Экспертного совета обладает одним голосом в каждой номинации, в которой он принимает участие. В случае, если эксперт участвует в работе нескольких номинаций, он обладает правом одного голоса по каждой из этих номинаций;
 - Решения принимаются простым большинством голосов. При равенстве голосов решающий голос остается за председателем экспертной группы. Кворум для принятия решений — не менее 2/3 состава экспертной группы. Все решения фиксируются в протоколах. Выписки из протоколов публикуются на сайте Премии с указанием принятых решений и лиц, принимавших решения.
6. Лонг-листы публикуются на официальном сайте и в соцсетях Премии.

7. Шорт-листы публикуются на официальном сайте и в соцсетях Премии.
 - Шорт-листы передаются в Жюри для принятия финального решения.
 - Жюри выставляет оценки по каждому блогеру по заранее согласованным и опубликованным критериям. Голосование проходит анонимно.
8. По решению Президиума АБА в процедуру оценки могут быть включены данные из открытых аналитических систем и сервисов (далее — Внешние аналитические данные). Внешние аналитические данные учитываются Экспертным советом и Жюри при формировании лонг-листов, шорт-листов и определении победителей. Перечень используемых источников и методика интеграции данных утверждаются Президиумом АБА.

Приложение 1

1. Сроки реализации этапов

- 1.1. Работа Комиссии предварительного отбора (формирование Списка предварительного отбора) – 11-25 сентября.
- 1.2. Созыв Президиума АБА, утверждение регламентов, номинаций, критериев оценки и списков членов органов премии Президиумом АБА – до 17 октября.
- 1.3. Публикация документов на сайте – в течение 5 рабочих дней после утверждения и согласования всех вышеперечисленных документов.
- 1.4. Назначение Экспертного совета – 22 октября.
- 1.5. Назначение членов Жюри – 22 октября.
- 1.6. Формирование лонг-листов (топ-10) Экспертным советом – 27-31 октября.
- 1.7. Публикация лонг-листов на сайте – в течение 3 рабочих дней после формирования.
- 1.8. Формирование шорт-листов (топ-5) Экспертным советом – 3-11 ноября.
- 1.9. Публикация шорт-листов на сайте – в течение 3 рабочих дней после формирования.
- 1.10. Работа Жюри (выбор победителей) – 17-21 ноября.
- 1.11. Церемония награждения – 26 ноября.

2. Порядок обжалования результатов

- 2.1. Срок подачи жалоб – 7 календарных дней с момента объявления результатов.
- 2.2. Право на подачу жалобы имеют: номинанты, вошедшие в шорт-лист; официальные представители номинантов, члены Экспертного совета и Жюри.
- 2.3. Жалоба подается в письменной форме на официальный электронный адрес Премии с указанием номинации, предмета жалобы и обоснования.
- 2.4. Комиссия по рассмотрению жалоб формируется Президиумом АБА в течение 3 дней после окончания приема жалоб.
- 2.5. Решение комиссии может быть обжаловано в Президиуме АБА в течение 5 дней после его вынесения.
- 2.6. Итоговое решение Президиума и краткая мотивировка публикуются на сайте Премии в течение 3 дней после его принятия.
- 2.7. Срок рассмотрения жалоб – 14 календарных дней
- 2.8. Возможные меры: пересчет результатов, аннулирование, дисквалификация участника.

3. Детали процедуры оценки и голосования

- 3.1. Шкала оценок: используется система от 1 до 5 баллов по каждому из утвержденных критериев. Итоговый балл номинанта — средневзвешенное значение с учетом весов критериев (веса публикуются вместе с критериями).
- 3.2. Правила на случай равенства голосов: на всех этапах голосования (Экспертный совет, Жюри) при равенстве голосов решающий голос имеет председательствующий (куратор номинации, председатель Жюри).
- 3.3. Публикация протоколов: выписки из протоколов заседаний (без персональных данных голосования) публикуются на сайте в течение 5 рабочих дней после принятия решения и

остаются в открытом доступе в течение 30 календарных дней после церемонии награждения. Полные протоколы хранятся в архиве АБА в течение 3 лет.

4. Критерии оценки номинантов Экспертным советом и Жюри

- 4.1. Задачей Экспертного совета и Жюри является оценка контента участников конкурсного отбора на соответствие общим принципам, отражающим ценности премии: лояльность аудитории, креативность и оригинальность контента, экспертность и глубина проработки тем, социальная значимость и позитивное влияние, коммерческий потенциал блогера, узнаваемость и медийность.
- 4.2. Для каждой номинации разработано не более 6 критериев оценки, соответствующих вышеуказанным принципам с учетом специфики номинаций. Данный перечень приведен в разделе «Критерии и оценки по номинациям».

5. Критерии оценки по номинациям

5.1. Семья

- 5.1.1. Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.1.2. Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);
- 5.1.3. Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается способность блогера укреплять значимость семьи как ценности и формировать культуру уважительных отношений в обществе, вовлеченность семьи в общественные инициативы, благотворительность, социальные акции и воспитательные проекты (1 — низкая вовлеченность и спорная повестка; 5 — осознанное влияние, положительный общественный эффект);
- 5.1.4. Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
- 5.1.5. Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
- 5.1.6. Искренность и эмоциональная вовлеченность – оценивается степень открытости, естественности и подлинности общения между членами семьи и с аудиторией (1 — постановочный контент; 5 — искреннее взаимодействие).

5.2. Блогер до 16

- 5.2.1. Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.2.2. Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);

- 5.2.3. Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается, насколько контент несет доброжелательный, созидательный посыл, способствует развитию уважения, дружбы, интереса к обучению и самопознанию (1 — нейтральный или противоречивый контент; 5 — конструктивное влияние, доброжелательная интонация и вдохновляющий пример для сверстников);
- 5.2.4. Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
- 5.2.5. Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
- 5.2.6. Осознанное участие ребенка – оценивается, насколько блогер проявляет инициативу и интерес к созданию контента, а не просто выполняет указания взрослых.
(1 — участие формальное или навязанное; 5 — искренняя вовлеченность и интерес ребенка).
- 5.3. Культура еды
- 5.3.1. Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.3.2. Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);
- 5.3.3. Социальная и просветительская значимость – оценивается вклад в развитие своей сферы и общества, формирование конструктивной повестки и ответственной позиции у аудитории, способность автора рассказывать о продуктах, рецептах, производителях, локальных инициативах и формировать гастрономическую осознанность (1 — развлекательный контент без глубины; 5 — познавательные, вдохновляющие и образовательные материалы);
- 5.3.4. Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
- 5.3.5. Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
- 5.3.6. Визуальная эстетичность контента – оценивается способность автора формировать визуальную и эмоциональную культуру вкуса: гармония подачи, внимание к деталям, удовольствие от созерцания и восприятия еды (1 — небрежная или безвкусная подача; 5 — продуманная эстетика, визуальное чувство стиля).

5.4. Индустрия красоты

- 5.4.1. Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.4.2. Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);
- 5.4.3. Социальная ответственность и профессионализм – оценивается глубина понимания бьюти-трендов, владение техниками, знание брендов, продуктов и инструментов, а также достоверность продуктовых рекомендаций (1 — поверхностное знание и случайные советы; 5 — экспертность, грамотные рекомендации, ориентация в индустрии);
- 5.4.4. Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
- 5.4.5. Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
- 5.4.6. Визуальная эстетичность контента – оценивается способность автора формировать визуальную картинку: (1 — визуальная хаотичность и отсутствие стиля; 5 — продуманный, эстетичный визуальный код).

5.5. Стиль и мода

- 5.5.1. Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.5.2. Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);
- 5.5.3. Социальная ответственность и профессионализм – оценивается глубина понимания трендов, знание брендов, а также достоверность продуктовых рекомендаций (1 — поверхностное знание и случайные советы; 5 — экспертность, грамотные рекомендации, ориентация в индустрии);
- 5.5.4. Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
- 5.5.5. Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);

- 5.5.6. Чувство стиля и насмотренность – оценивается умение сочетать элементы моды, создавать целостные образы, демонстрировать вкус, эстетику и актуальное видение современного стиля (1 — случайные решения; 5 — гармоничные, выверенные образы, высокий уровень насмотренности).
- 5.6. Вокруг света
- 5.6.1. Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.6.2. Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);
- 5.6.3. Социальная значимость – оценивается уважительное отношение автора к местным культурам, традициям и природе, вклад в развитие внутреннего туризма, экологичного мышления и осознанного путешествия (1 — игнорирование культурных и экологических аспектов; 5 — ответственная позиция, позитивное влияние на аудиторию и популяризация культурного обмена);
- 5.6.4. Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
- 5.6.5. Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
- 5.6.6. Экспертность – оценивается знание географии и культурных особенностей регионов, точность и полезность информации о путешествиях, умение делиться проверенным опытом и практическими советами (1 — поверхностное описание и общие сведения; 5 — глубокое понимание мест, достоверность, информативность и ценность рекомендаций).
- 5.7. Спорт и здоровье
- 5.7.1. Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.7.2. Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);
- 5.7.3. Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается вклад блогера в популяризацию спорта, здорового образа жизни и дисциплины, формирование у аудитории мотивации, устойчивости и осознанного отношения к телу и здоровью (1 — слабый посыл, нейтральный контент; 5 — яркий мотиватор, вдохновляющий пример);
- 5.7.4. Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории

- и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
- 5.7.5. Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде).
- 5.7.6. Экспертность и глубина проработки тем – оценивается уровень профессиональных знаний в области спорта и ЗОЖ, корректность рекомендаций, понимание методики тренировок, восстановлений и питания, умение объяснять сложные вещи доступно (1 — поверхностные советы без аргументов; 5 — грамотная подача, достоверные рекомендации, профессиональный подход);
- 5.8. Автоблогер
- 5.8.1. Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.8.2. Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);
- 5.8.3. Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается вклад блогера в развитие автомобильной культуры, формирование ответственного отношения к дороге, безопасности, инновациям и экологии (1 — нейтральная позиция, развлекательный контент; 5 — осознанная повестка, просветительская роль, положительное влияние на аудиторию);
- 5.8.4. Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
- 5.8.5. Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде).
- 5.8.6. Экспертность и глубина проработки тем – оценивается знание автомобильного рынка, технологий и трендов, точность обзоров, способность объяснять технические особенности понятным языком и давать практические рекомендации (1 — поверхностные обзоры без фактуры; 5 — глубокое понимание индустрии, достоверность и аналитический подход);
- 5.9. Блогер России
- 5.9.1. Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.9.2. Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);

- 5.9.3.** Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается вклад блогера в развитие регионального сообщества, продвижение локальных инициатив, формирование уважения к месту и вовлеченности жителей (1 — низкая вовлеченность и слабый посыл; 5 — активная гражданская позиция, поддержка локальных проектов, положительное влияние на регион);
- 5.9.4.** Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
- 5.9.5.** Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
- 5.9.6.** Экспертность и глубина проработки тем – оценивается знание локального контекста, истории, инфраструктуры и культурных особенностей региона, умение рассказывать о нем с достоверностью, интересом и пользой для аудитории (1 — поверхностные публикации; 5 — глубокое знание региона, точность, аналитичность и ценность материалов).
- 5.10. Гуманист года**
- 5.10.1.** Лояльность аудитории – оценивается сила доверия и вовлеченности подписчиков, готовность аудитории поддерживать социальные инициативы и участвовать в благотворительных проектах (1 — слабая связь и низкий отклик; 5 — активное, отзывчивое сообщество, включенное в добрые дела);
- 5.10.2.** Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);
- 5.10.3.** Социальная значимость – оценивается, насколько деятельность блогера выходит за рамки слов — участие в реальных проектах, акциях, волонтерстве, партнерстве с фондами (1 — разовые публикации без действий; 5 — системная работа, реальные результаты, измеримый эффект);
- 5.10.4.** Эффективность инициатив и коммерческий потенциал – оценивается коммерческая эффективность в разрезе привлеченных средств на благотворительность (фандрайзинг), оценивается, насколько проект или инициатива устойчивы во времени, приносят реальную пользу, способны масштабироваться и вовлекать партнеров (1 — разовые акции без развития; 5 — продуманная стратегия, устойчивость и долгосрочное влияние);
- 5.10.5.** Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
- 5.10.6.** Позитивное влияние – оценивается реальный вклад автора в решение социальных проблем, продвижение культуры помощи, заботы и уважения (1 — нейтральный посыл; 5 — ощутимое положительное влияние, системная работа с важными темами).
- 5.11. Наука и образование**

- 5.11.1. Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.11.2. Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);
- 5.11.3. Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается вклад в развитие своей сферы и общества, формирование конструктивной повестки и ответственной позиции у аудитории (1 — спорная повестка; 5 — осознанное влияние, положительный общественный эффект);
- 5.11.4. Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
- 5.11.5. Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
- 5.11.6. Экспертность и глубина проработки тем – оценивается компетентность автора, точность и полнота информации, аргументированность позиции и способность объяснять сложное простым языком (1 — поверхностность; 5 — глубокий анализ, экспертность и достоверность).
- 5.12. Культурный навигатор
 - 5.12.1. Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
 - 5.12.2. Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);
 - 5.12.3. Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается вклад в развитие культурной среды, популяризацию искусства, сохранение исторической памяти и формирование уважительного отношения к культурному наследию (1 — спорная повестка; 5 — осознанное влияние, положительный общественный эффект);
 - 5.12.4. Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
 - 5.12.5. Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
 - 5.12.6. Экспертность и глубина проработки тем – оценивается компетентность автора в области искусства, истории, культурологии или смежных дисциплин, точность

фактов, широта источников и умение объяснять сложные явления доступным языком (1 — поверхностность; 5 — глубокий анализ, экспертность и достоверность).

5.13. Экономика и бизнес

- 5.13.1.** Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.13.2.** Креативность и оригинальность контента – оценивается способность автора представлять сложные экономические и бизнес-темы в понятной, увлекательной и современной форме, использовать нестандартные подходы и форматы (1 — сухая подача, стандартные решения; 5 — оригинальные форматы, метафоры, сторителлинг, живой язык);
- 5.13.3.** Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается вклад в развитие финансовой грамотности, предпринимательской культуры и ответственного подхода к деньгам и бизнесу (1 — нейтральная или спорная повестка; 5 — вклад в развитие деловой этики, образование и поддержку малого бизнеса);
- 5.13.4.** Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
- 5.13.5.** Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
- 5.13.6.** Экспертность и глубина проработки тем – оценивается компетентность автора, точность и полнота информации, аргументированность позиции и способность объяснять сложное простым языком (1 — поверхностность; 5 — глубокий анализ, экспертность и достоверность).

5.14. Политика и общество

- 5.14.1.** Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.14.2.** Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);
- 5.14.3.** Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается вклад блогера в укрепление гражданской идентичности, развитие политической культуры и формирование уважительного отношения к государственным институтам и общественным ценностям (1 — слабое влияние, отсутствие ценностного посыла; 5 — осознанная гражданская позиция, вклад в воспитание политической культуры и патриотического сознания);
- 5.14.4.** Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории

- и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
- 5.14.5.** Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
- 5.14.6.** Экспертность и глубина проработки тем – оценивается компетентность в политических вопросах, точность фактов, способность анализировать события, давать взвешенные комментарии и объяснять сложные процессы (1 — поверхностное изложение; 5 — высокий уровень аналитики, аргументированность и достоверность).
- 5.15. Военный обозреватель**
- 5.15.1.** Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.15.2.** Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается вклад автора в формирование уважения к службе, укрепление гражданской идентичности, патриотического сознания и понимания значения происходящих событий (1 — слабый общественный эффект; 5 — высокий уровень гражданской ответственности, воспитание уважения к защитникам и укрепление единства общества);
- 5.15.3.** Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде).
- 5.15.4.** Экспертность и глубина проработки тем – оценивается точность фактов, знание контекста, способность анализировать события, сохранять объективность и объяснять аудитории сложные военные и геополитические процессы (1 — поверхностность и ошибки; 5 — высокий уровень профессионализма, аргументированность и достоверность информации);
- 5.15.5.** Просветительская роль – оценивается способность автора объяснять аудитории суть происходящих событий, давать исторический и социальный контекст, помогать формировать осознанное восприятие военной повестки (1 — публикации без контекста; 5 — глубокие материалы с анализом и пояснениями);
- 5.15.6.** Мужество и личное участие – оценивается степень личного вовлечения автора в освещение событий, готовность работать в полевых условиях, рисковать ради достоверности, сохранять профессионализм в стрессовых ситуациях (1 — дистанционная работа без личного участия, 5 — активная полевая работа, личное присутствие, высокая степень профессиональной ответственности).
- 5.16. Прорыв года**
- 5.16.1.** Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);

- 5.16.2. Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);
- 5.16.3. Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается вклад в развитие своей сферы и общества, формирование конструктивной повестки и ответственной позиции у аудитории (1 — спорная повестка; 5 — осознанное влияние, положительный общественный эффект);
- 5.16.4. Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
- 5.16.5. Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
- 5.16.6. Экспертность и глубина проработки тем – оценивается компетентность автора, точность и полнота информации, аргументированность позиции и способность объяснять сложное простым языком (1 — поверхностность; 5 — глубокий анализ, экспертность и достоверность).
- 5.17. Музыка в сети
 - 5.17.1. Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
 - 5.17.2. Креативность и оригинальность музыкального контента – оценивается самобытность музыкального стиля, уникальность звучания, подход к визуальному и смысловому оформлению релизов, концертных форматов и музыкальных проектов (1 — заимствованные приемы, однотипное звучание; 5 — оригинальные решения, авторский стиль, новаторские форматы);
 - 5.17.3. Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается вклад музыканта в развитие музыкальной культуры, формирование ценностей через тексты и визуальные образы, продвижение добросовестных, вдохновляющих и созидательных смыслов (1 — нейтральная или спорная повестка; 5 — осознанное влияние, формирование музыкальной культуры и позитивных ценностей);
 - 5.17.4. Коммерческий потенциал релизов – оценивается востребованность музыкальных релизов, успешность дистрибуции, партнерства с лейблами, концертными площадками, брендами и музыкальными фестивалями (1 — низкая востребованность; 5 — устойчивый спрос, успешные релизы, медийные коллаборации);
 - 5.17.5. Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде).
 - 5.17.6. Экспертность и глубина проработки тем – оценивается компетентность автора, точность и полнота информации, аргументированность позиции и способность

объяснять сложное простым языком (1 — поверхностность; 5 — глубокий анализ, экспертность и достоверность).

5.18. Прямой эфир

- 5.18.1.** Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.18.2.** Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);
- 5.18.3.** Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается вклад стримера в поддержку благотворительных инициатив и проведение сборов в прямом эфире, а также способность вдохновлять аудиторию на добрые дела и взаимопомощь (1 — отсутствие общественной миссии, нейтральная повестка; 5 — активное участие в благотворительных акциях, организация сборов, формирование ответственного и доброжелательного сообщества);
- 5.18.4.** Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
- 5.18.5.** Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
- 5.18.6.** Техническое качество трансляций – оценивается стабильность стримов, качество изображения, звука, интерфейса, грамотное использование интерактивных инструментов и технологий (1 — технические проблемы, слабая подача; 5 — профессиональное качество трансляций, высокий уровень вовлечения через технологии).

5.19. Видеоблогер года

- 5.19.1.** Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
- 5.19.2.** Креативность и оригинальность контента – оценивается способность автора создавать узнаваемый визуальный язык, оригинальные сценарные решения и форматы, которые выделяют блог на фоне индустрии (1 — повторение популярных форматов, отсутствие авторской манеры; 5 — уникальный стиль, новаторские идеи, смелые визуальные решения);
- 5.19.3.** Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается вклад блогера в развитие видеоблогинга и индустрии видеографии, популяризацию профессии креатора, обучение и поддержку начинающих авторов, формирование профессионального сообщества (1 — нейтральная позиция, отсутствие вклада в отрасль; 5 — активное участие в развитии индустрии, менторство, образовательные инициативы и вдохновение новых креаторов);

- 5.19.4. Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
 - 5.19.5. Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
 - 5.19.6. Качество видеопроизводства – оценивается уровень проработки видео: сценарий, режиссура, операторская работа, монтаж, звук, графика и внимание к деталям (1 — базовый уровень исполнения; 5 — высокий профессионализм, выразительная форма, продуманная структура и подача).
- 5.20. Блогер года
- 5.20.1. Лояльность аудитории – оценивается сила связи автора с подписчиками: доверие, активность на площадках, качество обратной связи и эмоциональная привязанность аудитории (1 — низкая лояльность и слабая связь; 5 — доверие и активное сообщество);
 - 5.20.2. Креативность и оригинальность контента – оценивается уникальность авторского стиля, свежесть идей, неожиданные оригинальные форматы (1 — шаблонные решения и вторичность; 5 — ярко выраженная индивидуальность и новаторство);
 - 5.20.3. Социальная значимость и позитивное влияние – оценивается вклад в развитие своей сферы и общества, формирование конструктивной повестки и ответственной позиции у аудитории (1 — спорная повестка; 5 — осознанное влияние, положительный общественный эффект);
 - 5.20.4. Коммерческий потенциал блогера – оценивается коммерческая эффективность для брендов, умение органично интегрировать рекламу, сохранять доверие аудитории и повышать ценность партнерств (1 — низкий интерес со стороны брендов; 5 — высокая конверсия и востребованность);
 - 5.20.5. Узнаваемость и медийность – оценивается статус блогера за пределами собственной платформы – публичность, участие в инфоповодах, упоминания в СМИ, коллаборации и профессиональный авторитет (1 — ограниченная узнаваемость/нишевый блогер; 5 — высокая публичность и влияние в профессиональной среде);
 - 5.20.6. Экспертность и глубина проработки тем – оценивается компетентность автора, точность и полнота информации, аргументированность позиции и способность объяснять сложное простым языком (1 — поверхностность; 5 — глубокий анализ, экспертность и достоверность).

6. Механика голосования Экспертного Совета

- 6.1. Экспертное оценивание проводится посредством индивидуальной формы, направленной каждому члену Экспертного Совета.

- 6.1.1.1. Члены Экспертного Совета выставляют баллы на основании собственного профессионального суждения, опыта взаимодействия с отраслью и наблюдения за деятельностью номинанта в медиапространстве.

- 6.1.1.2. Каждый член Экспертного Совета оценивает каждого номинанта в рамках выбранной категории по 6 (шести) критериям (см. раздел 4. Критерии оценки номинантов Экспертным советом).
- 6.1.1.3. При необходимости член Экспертного Совета может оставить качественный комментарий с аргументацией выставленных баллов или дополнительными наблюдениями.
- 6.2. Оценивание осуществляется по 5-балльной шкале, где 1 — минимальное проявление критерия, 5 — максимально сильное проявление критерия. За каждый критерий номинант может получить от 1 до 5 баллов, итоговая сумма формируется как арифметическая сумма всех показателей. Максимальный возможный результат по одной оценке — 30 баллов (6 критериев × 5 баллов).
- 6.3. После завершения оценивания все данные автоматически фиксируются в сводной таблице для последующего подсчета.
- 6.4. По итогам суммарного голосования Экспертного Совета формируются шорт-листы из 5 (пяти) финалистов в каждой номинации. Пять финалистов с наивысшими суммарными баллами получают статус номинантов Премии и приглашаются к участию в финальном этапе и церемонии награждения.
7. Спецноминация – «Легенда блогосферы»
- 7.1. Легенда блогосферы — номинация, в которой отмечается влияние и вклад автора в формирование правил, стандартов и культуры российской блогосферы. Победитель в данной номинации определяется коллегиальным решением Жюри.

Исполнительный директор
Саморегулируемой организации
в сфере рекламы «Ассоциации блогеров и
агентств»



/ Ахмедов Т.В.