



УТВЕРЖДЕНО

Постановление Президиума
Совета Федерации профсоюзов
Беларуси

22.09.2023 № 215

РЕКОМЕНДАЦИИ

по организации работы
в социальных сетях и мессенджерах

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящие Рекомендации разработаны в целях унификации подходов к созданию и ведению официальных групп, каналов, публичных страниц (аккаунтов) членских организаций ФПБ, объединенных отраслевых, областных (минских городских), районных, городских, объединенных профсоюзных организаций, областных (Минского городского), районных, городских объединений профсоюзов, профсоюзных комитетов первичных профсоюзных организаций (далее – организация) в социальных сетях и мессенджерах.

Настоящие Рекомендации могут быть использованы при разработке локальных правовых актов, регулирующих вопросы организации работы в социальных сетях и мессенджерах, определяющих должностные обязанности работников, непосредственно ответственных за создание и администрирование официальных групп, каналов, публичных страниц организации в социальных сетях и мессенджерах.

Для обеспечения контроля за размещаемой информацией на страницах профсоюзных социальных сетей, возможностью оперативного реагирования (редактирования, публикации) рекомендуется обеспечить доступ к указанным страницам работникам, ответственным за информационную работу, в должностные обязанности которых входит создание и администрирование аккаунтов организации.

ГЛАВА 2 ОРГАНИЗАЦИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АККАУНТОВ

2. Решение о создании аккаунтов принимается руководителем организации. Данное решение оформляется локальным правовым

актом организации. В нем определяется работник, непосредственно ответственный за создание и администрирование аккаунтов.

3. Специалист, ответственный за информационную работу, совместно с руководителем организации:

определяет цель и задачи работы организации в социальных сетях и мессенджерах, количество аккаунтов и площадки для их создания;

устанавливает критерии эффективности функционирования аккаунтов;

утверждает регламент аккаунта.

По согласованию с руководителем организации:

разрабатывает контент-план;

согласовывает контент-план;

осуществляет контроль соблюдения мер по обеспечению защищенности аккаунтов от несанкционированного доступа;

проводит анализ работы организации в социальных сетях и мессенджерах и определяет направления ее совершенствования;

осуществляет создание (регистрацию) аккаунтов на площадках, разработку регламента аккаунта;

координирует деятельность и консультирует других работников организации по подготовке и порядку предоставления информации для создания публикаций;

создает публикации, согласовывает их содержание с руководителем организации;

размещает публикации в соответствии с контент-планом;

модерирует аккаунт, в том числе контролирует соблюдение подписчиками (аудиторией) регламента аккаунта, обеспечение обратной связи с подписчиками (аудиторией) аккаунтов, включая ответы на комментарии и сообщения;

выполняет работу по обеспечению защищенности аккаунтов от несанкционированного доступа;

размещает актуальные ссылки на аккаунты на официальном интернет-сайте организации;

осуществляет мониторинг эффективности функционирования аккаунтов, а также готовит предложения по их совершенствованию.

4. При создании аккаунта рекомендуется:

придерживаться фирменного стиля организации в оформлении аккаунта;

использовать аватар (графический файл-миниатюра), который позволяет определять принадлежность аккаунта к конкретной организации;

давать аккаунту простое, лаконичное название, которое легко запоминается и позволяет идентифицировать его с организацией;

отражать в текстовом описании аккаунта специфику деятельности организации, включать в него контактные данные (почтовый адрес, справочные телефоны, e-mail, график работы и др.), ссылку на официальный интернет-сайт организации;

обеспечивать открытость аккаунта, не устанавливать ограничения или дополнительные требования для просмотра публикаций и/или присоединения к аккаунту;

обеспечивать возможность ознакомления подписчиков (аудитории) с регламентом аккаунта.

5. Наполнение аккаунтов публикациями рекомендуется осуществлять на регулярной основе. Периодичность размещения публикаций определяется контент-планом с учетом специфики деятельности организации и используемых платформ, но не должна составлять менее одной публикации в день для каждой из платформ.

После публикации в первые два дня необходимо следить за комментариями пользователей и по возможности оперативно на них реагировать.

6. Публикации, размещаемые в аккаунтах, должны:

быть подготовлены с соблюдением требований законодательства в области авторского права и смежных прав, культуры цитирования;

предварительно проверяться на предмет соответствия действительности;

не содержать сведения о персональных данных физических лиц;

не содержать информацию, порочащую честь, достоинство, деловую репутацию физических и юридических лиц либо нарушающую иные нормы законодательства;

соответствовать внутренним правилам сервисов социальных сетей и мессенджеров;

быть выполнены с соблюдением единого стиля изложения, без чрезмерного и необоснованного использования специальных терминов и понятий, с учетом особенностей целевой аудитории аккаунта;

адаптированы под социальные сети и мессенджеры и не дублировать содержание профсоюзных сайтов.

7. В процессе функционирования аккаунта подлежат удалению комментарии и сообщения подписчиков, нарушающие законодательство, регламент аккаунта, внутренние правила сервисов социальных сетей или мессенджеров, а также содержащие рекламу, спам (неоднократное размещение идентичных комментариев).

Пользователи, допустившие комментарии и сообщения, указанные в части первой настоящего пункта, блокируются в порядке, определенном внутренними правилами сервисов социальных сетей и мессенджеров.

8. В целях обеспечения защищенности аккаунтов от несанкционированного доступа рекомендуется:

устанавливать двухфакторную аутентификацию для безопасного входа в аккаунт;

использовать для входа в аккаунт уникальные логин и пароль, пароль должен содержать в себе заглавные и строчные символы латинского алфавита, цифры, специальные символы;

осуществлять регулярную смену пароля;

запретить сторонним приложениям доступ к аккаунту;

обеспечить наличие доверенного антивирусного программного обеспечения на всех связанных с аккаунтом устройствах.

Аккаунты в социальных сетях, а также каналы и группы в мессенджерах (например, telegram, Viber и т.д.) **рекомендуется** создавать и привязывать к служебному мобильному номеру телефона организации. Создавать и привязывать аккаунты к личному мобильному номеру телефона специалиста по информационной работе либо иного лица не рекомендуется.

Ранее созданные аккаунты рекомендуется перевести на служебный мобильный номер телефона организации.

Меры по обеспечению защищенности аккаунтов от несанкционированного доступа следует предусматривать в локальных правовых актах, устанавливающих правила обеспечения информационной безопасности в организации.

Ответственность за приобретение служебного мобильного номера телефона, его сохранность, обеспечение его бесперебойного функционирования, а также контроль над привязкой к нему аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах лежит на руководителе организации.

ГЛАВА 3

ТРЕБОВАНИЯ К РАБОТНИКУ, ОТВЕТСТВЕННОМУ ЗА
ИНФОРМАЦИОННУЮ РАБОТУ, В ДОЛЖНОСТНЫЕ
ОБЯЗАННОСТИ КОТОРОГО ВХОДИТ СОЗДАНИЕ И
АДМИНИСТРИРОВАНИЕ АККАУНТОВ

9. Работник, в должностные обязанности которого входит создание и администрирование аккаунтов:

должен знать:

основы идеологии белорусского государства;

основные направления внутренней и внешней политики Республики Беларусь;

современное состояние и приоритетные направления развития Республики Беларусь, административно-территориальной единицы, организации, определяемые соответствующими программами и стратегиями;

законодательство, регулирующее отношения в сферах: массовой информации, работы с обращениями граждан и юридических лиц, защиты персональных данных, интеллектуальной собственности, функционирования национального сегмента сети Интернет;

основы психологии и коммуникаций, формы и методы информационно-разъяснительной работы;

основные принципы функционирования средств массовой информации, особенности создания, распространения и потребления информации, в том числе с учетом современных технологий в медиасфере;

• принципы коммуникации и основы маркетинга (SMM) в социальных сетях и мессенджерах;

основы веб-аналитики;

основные принципы и технологии комьюнити-менеджмента, выстраивания обратной связи с подписчиками (аудиторией) аккаунтов;

особенности работы в графических редакторах, обработки изображений, иллюстрирования и оформления аккаунтов;

основы редакторской правки;

основы создания и редактирования (обработки) видео;

правила обеспечения защищенности аккаунтов от несанкционированного доступа;

должен уметь:

использовать современные средства коммуникации и связи;

использовать современные PR-технологии, навыки межличностной коммуникации для выстраивания эффективной коммуникации с различными возрастными и социальными группами в социальных сетях и мессенджерах;

создавать оригинальный контент, адаптировать материалы для публикации и размещать их в социальной сети или мессенджере с учетом технических особенностей используемых платформ и специфики аудитории аккаунтов;

осуществлять полный цикл мероприятий по продвижению контента и аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах;

работать в графических редакторах, обрабатывать изображения, иллюстрировать и оформлять аккаунты с использованием фирменного стиля организации;

с учетом технических особенностей используемых платформ и специфики аудитории аккаунтов организовывать и проводить конкурсы, флешмобы (иные формы работы в социальных сетях и мессенджерах) в целях привлечения граждан к материалам, представленным в аккаунтах;

работать с интерфейсами (синхронизировать (интегрировать) официальный интернет-сайт с аккаунтами в социальных сетях или мессенджерах и др.);

выявлять лидеров мнений в социальных сетях и мессенджерах и работать с ними;

собирать и обрабатывать информацию, поступающую от подписчиков (аудитории) аккаунтов;

осуществлять письменную коммуникацию на государственных языках Республики Беларусь.

10. Работник, в должностные обязанности которого входит создание и администрирование аккаунтов, должен обладать следующими деловыми и личностными качествами:

способность к работе в команде;

аналитическое мышление;

гибкость ума;

стрессоустойчивость;

работоспособность;

надежность;

обязательность;

адаптивность;

высокий уровень эрудиции;

высокий уровень культуры речи и общения, коммуникабельность; способность к обучению.

ГЛАВА 4 АНАЛИЗ РАБОТЫ ОРГАНИЗАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И МЕССЕНДЖЕРАХ

11. Анализ работы организации в социальных сетях и мессенджерах рекомендуется проводить не реже одного раза в месяц на основе результатов мониторинга эффективности функционирования аккаунтов (далее – мониторинг).

12. Перечень показателей для мониторинга может включать в себя:

- количество подписчиков;
- количество опубликованных постов;
- количество просмотров публикаций;
- степень вовлеченности аудитории;
- цитируемость (упоминаемость) публикаций;
- тональность комментариев;

иные показатели, определяемые с учетом цели и задач работы организации в социальных сетях и мессенджерах.

13. При проведении мониторинга рекомендуется оценивать не только значение соответствующего показателя, но и динамику, а также направленность его изменения.

По результатам мониторинга специалист, ответственный за информационную работу, готовит и вносит на рассмотрение своего руководителя предложения по совершенствованию функционирования аккаунтов.

Руководитель организации на основании результатов мониторинга и предложений работника, в должностные обязанности которого входит создание и администрирование аккаунтов, определяет направления совершенствования работы организации в социальных сетях и мессенджерах.

ГЛАВА 5 ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

14. Персональную ответственность за обеспечение информационной безопасности социальных сетей и мессенджеров по

их принадлежности несет работник, в должностные обязанности которого входит создание и администрирование аккаунтов.

В целях выполнения мероприятий по обеспечению информационной безопасности работник, в должностные обязанности которого входит создание и администрирование аккаунтов, обязан неукоснительно соблюдать должностную и иные (специальные) инструкции в части, касающейся обеспечения информационной безопасности, осуществлять регулярный контроль за техническим состоянием социальных сетей и мессенджеров и их информационным наполнением.

ГЛАВА 6 ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ТЕРМИНЫ И ИХ ОПРЕДЕЛЕНИЯ

15. Для целей настоящих рекомендаций используются следующие термины и их определения:

аккаунт – официальная группа, канал, публичная страница организации в социальных сетях и мессенджерах;

контент – информационный продукт в различных формах (текст, изображение, видео, аудио и др.), который создается, распространяется и потребляется пользователями социальных сетей и мессенджеров;

контент-план – график размещения публикаций в аккаунте на определенный период времени;

мессенджер – программа, интернет-сервис для обмена сообщениями и контентом между отдельными пользователями в режиме реального времени;

публикация – информационный блок, размещаемый в аккаунте;

регламент аккаунта – правила поведения подписчиков (аудитории) аккаунта, а также правила осуществления обратной связи с подписчиками (аудиторией) аккаунта, включая порядок ответов на их комментарии и сообщения;

социальная сеть – информационная система в виде виртуальной площадки, которая обеспечивает своим пользователям возможности для создания контента, его распространения, а также построения взаимоотношений и взаимодействия в сообществах по интересам;

работник, ответственный за информационную работу – лицо, на которое решением руководителя организации возложено осуществление работы в социальных сетях и мессенджерах.