# УТВЕРЖДАЮ:

Директор библиотеки

« » 201 г.

# Типовое ПОЛОЖЕНИЕ

**об организации деятельности муниципальной библиотеки в социальных медиа**

1. **Общие положения**
	1. Настоящее Положение определяет цели и задачи, направления, назначение, принципы построения и структуру информационных ресурсов представительств, организуемых библиотекой (название) (далее – библиотека) в социальных медиа, а также регламентирует технологию их создания и функционирования.
	2. Библиотечное представительство в сети – совокупность площадок

в Интернете, созданных библиотекой, которые используются в качестве инструмента коммуникации с реальным и потенциальным читателями библиотеки, а также в целях продвижения информационных ресурсов библиотеки, организации дополнительных дистанционных библиотечных сервисов.

* 1. Деятельность по организации и порядку ведения информационного представительства библиотеки в социальных медиа осуществляется в

соответствии со следующими нормативными актами:

− Конституция Российской Федерации;

− Гражданский кодекс Российской Федерации;

− Уголовный кодекс Российской Федерации:

ст. 205.2 «Публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публичное оправдание терроризма»;

ст. 280 «Публичные призывы к осуществлению экстремисткой

деятельности»;

ст. 282 «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства»;

− Федеральный закон от 25.07.2002 № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности»;

− Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»;

− Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;

− Федеральный закон от 05.05.2014 № 97-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и отдельные законодательные акты

Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей»;

− Указ Президента РФ от 17.03.2008 № 351 «О мерах по обеспечению информационной безопасности РФ при использовании информационно-телекоммуникационных сетей международного информационного обмена»;

− Указ Президента РФ от 24.12.2014 г. № 808 «Об утверждении основ государственной культурной политики»;

− Постановление Правительства Российской Федерации от 24.11.2014 № 1239 «Об утверждении правил размещения и обновления информации о поставщиках социальных услуг в информационно- телекоммуникационной сети Интернет»;

− Распоряжение Роскомнадзора от 07.07.2016 № 8

«О рекомендациях по ограничению доступа к информации, распространяемой посредством информационно-телекоммуникационной сети “Интернет”, в порядке, установленном Федеральным законом от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”»;

− Приказ Минфина России от 21.07.2011 № 86н «Об утверждении

порядка предоставления информации государственным (муниципальным) учреждением, ее размещения на официальном сайте в сети Интернет и ведения указанного сайта»;

− Методические рекомендации Министерства культуры Российской Федерации по работе с АИС «Единое информационное пространство в сфере культуры»;

− Устав библиотеки **(если не указана данная деятельность в**

# работе библиотеки, ее необходимо включить).

* 1. Библиотека стремится использовать в своей деятельности оптимально возможное количество социальных сетей и максимально широкий спектр форматов участия в них.
	2. Участие библиотеки в социальных медиа основывается на принципах открытости, достоверности, системности, общественной

полезности.

* 1. Права на информационные материалы, размещенные на ресурсах информационного представительства библиотеки в социальных медиа, принадлежат библиотеке при условии, что иное не регламентировано отдельными юридически оформленными документами.
	2. Размещение информации рекламно-коммерческого характера, а также организация хозяйственной деятельности на информационном представительстве в социальных медиа « » с целью получения прибыли регламентируется законодательством РФ.
	3. Открытие новых представительств, закрытие действующих осуществляется на основании предложений ответственного лица, других членов коллектива библиотеки директору (заведующей структурным

подразделением).

# Цели и задачи представительства библиотеки в социальных медиа

* 1. Цели информационного представительства библиотеки в социальных медиа:
* создание новых каналов взаимодействия библиотеки с обществом, позиционирование библиотеки как современного культурно- информационного института и формирование целостного позитивного имиджа библиотеки;
* расширение ее целевой аудитории;
* продвижение библиотечных услуг.
	1. Задачи информационного представительства в социальных медиа:
* включить ресурсы представительства библиотеки в социальных медиа в единое библиотечное культурно-информационное пространство;
* оперативно и объективно информировать социум о деятельности

библиотеки, достижениях библиотечного коллектива;

* налаживать и развивать партнерские отношения с социумом;
* создать и развивать дистанционные каналы взаимодействия библиотекаря и пользователя;
* своевременно обновлять контент социальных площадок библиотеки;
* развивать формы обратной связи и обмена мнениями с читательской средой и участниками профессиональных сетевых сообществ;
* постоянно повышать квалификацию специалистов библиотеки, ответственных за библиотечное представительство в Сети;
* формировать культуру обмена знаниями и опытом работы в сетевых сообществах, на форумах, конференциях, вебинарах как библиотекарей, так и пользователей;
* использовать сетевые площадки для взаимодействия библиотек ЦБС,

внутрисистемного обмена опытом.

# Направления деятельности библиотеки в социальных медиа

* 1. Направления деятельности библиотеки в социальных медиа формируют отражение миссии, целей и задач библиотеки, различных аспектов ее деятельности.
	2. Основными направлениями деятельности библиотеки в

социальных медиа являются:

* поддержка чтения и формирование книжной культуры широких слоев населения;
* популяризация фонда библиотеки (обзор литературы, буктрейлеры, издательская продукция, виртуальные выставки, презентации и т. д.);
* информирование участников соцсетей о библиотечных мероприятиях

и событиях;

* реклама библиотеки;
* создание виртуального контента местной истории;
* реализация краудсорсинговых проектов, направленных на развитие библиотеки и местного сообщества;
* выявление мнения читателей и широкой общественности на основе организации каналов обратной связи (опросы, анкетирование и т. д.);
* оказание библиотечных услуг в дистанционном режиме.
	1. Выбор основных направлений деятельности в соцсетях основан на принципах актуальности, востребованности и социальной значимости.

# Организация процесса наполнения и сопровождения информационного представительства библиотеки в социальных медиа

* 1. Рабочие процессы, связанные с деятельностью по наполнению и сопровождению информационного представительства библиотеки в социальных медиа, осуществляет ответственное лицо, утверждаемое приказом директора библиотеки.
	2. Деятельность ответственного лица, выполняющего комплекс работ по наполнению и сопровождению информационного представительства

библиотеки в социальных медиа, регламентируется должностной инструкцией, утвержденной директором библиотеки.

* 1. Ответственное лицо по обеспечению функционирования информационного представительства библиотеки в социальных медиа

осуществляет:

* разработку концепции деятельности библиотеки в социальных сетях;
* координацию деятельности структурных подразделений по подготовке и размещению информации в соцсетях;
* консультирование библиотечных сотрудников о подготовке и порядке предоставления информации для размещения на сетевых площадках;
* обучение персонала библиотеки основам информационной культуры по работе с ресурсами информационного представительства;
* создание контента информационного представительства библиотеки в социальных медиа;
* размещение на ресурсах информационного представительства основной, текущей и новостной информации;
* развитие спектра библиотечных услуг и продукции, размещаемых в

социальных медиа, согласно потребностям пользователей.

* 1. В отсутствие ответственного лица, обеспечивающего сопровождение и информационное наполнение ресурсов информационного представительства в социальных медиа, работа возлагается на

 (указать должность).

* 1. В каждом структурном подразделении библиотеки определяется должность, на которую возлагается работа по формированию контента о

своем структурном подразделении для размещения на социальных

площадках библиотеки. Должностные обязанности фиксируются в должностной инструкции.

* 1. Персональная дисциплинарная и иная предусмотренная действующим законодательством Российской Федерации ответственность за качество, своевременность и достоверность информационных материалов

возлагается на ответственных лиц структурных подразделений, предоставивших информацию.

* 1. Общее руководство деятельностью по обеспечению функционирования информационного представительства библиотеки в

социальных медиа возлагается на

должность).

(указать

* 1. Деятельность библиотеки в социальных сетях отражается в текущих и стратегических планах библиотеки и ее структурных подразделений в соответствии с нормами времени на рассматриваемые процессы.

# Требования к контенту социальных площадок библиотеки и порядок его пополнения

* 1. Контент библиотеки формируют визуальные, текстовые и звуковые составляющие.
	2. Специалист, подготавливающий и предоставляющий

информацию к размещению в информационном пространстве социальных медиа библиотеки, несет ответственность за ее актуальность, точность и достоверность, правильность формы.

* 1. Требования к материалам для опубликования в информационном пространстве социальных медиа:
* соответствие целям и задачам в информационном пространстве социальных медиа библиотеки;

* соответствие орфографическим и грамматическим правилам русского языка;
* соответствие стилистическим требованиям организации письменной

речи;

* соответствие библиографических описаний установленным ГОСТам.
	1. Размещаемая информация должна излагаться

общеупотребительными словами, понятными широкой аудитории и не должна:

* + содержать сведения о персональных данных кого-либо;
	+ нарушать авторское право;
	+ содержать ненормативную лексику;
	+ нарушать честь, достоинство и деловую репутацию физических и юридических лиц;
	+ нарушать нормы действующего законодательства и нормы морали;
	+ пропагандировать наркоманию, экстремистские, религиозные и политические идеи;
	+ содержать негативную, личную эмоциональную оценку.
	1. Порядок и периодичность размещения информационных материалов:
	+ один раз в месяц составляется график публикаций, утверждаемый

директором ЦБС (заведующим структурным подразделением);

* + информационные материалы должны размещаться ежедневно (не менее одной публикации).
	1. К публикациям относятся:
* новости библиотечного сообщества;
* афиша мероприятий, а также отчет/фотоотчет об их проведении;
* материалы для дискуссии, обсуждений;
* информация о проектах, акциях библиотеки;
* информация о книгах, в т. ч. новых поступлениях в библиотеку;
* интересные факты на близкую тему и т. д.;
* виртуальные выставки;
* презентации;
* перепосты актуальной тематики и др.

# Финансовое, материально-техническое обеспечение информационного представительства библиотеки в социальных медиа

* 1. Работы по обеспечению функционирования и развития информационного представительства библиотеки в социальных медиа производятся за счет бюджетных средств библиотеки или за счет привлеченных средств.
	2. Размер стимулирующих выплат за организацию работы с информационными ресурсами определяется Положением о стимулировании деятельности работников … ЦБС.

# Порядок утверждения и внесения изменений в Положение

* 1. Настоящее Положение утверждается приказом директора библиотеки.
	2. Дополнения и изменения оформляются приложением к данному Положению и могут быть переработаны в случае утраты актуальности.
	3. Настоящее Положение вступает в силу с момента подписания его директором библиотеки.

*Приложение к Положению*

# Перечень актуальных площадок социальных медиа для организации библиотечного представительства

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№****п/п** | **Наименование****ресурса/канала связи** | **Характеристика ресурса** | **Наименование/****адрес/аккаунт** |
| 1. | Блог«\_ » | Блог (англ. blog, от weblog –‘интернет-журнал событий’,‘интернет-дневник’, ‘онлайн- дневник’) – веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи (посты), содержащие текст, изображения или мультимедиа. |  |
| 2. | Страница в«Твиттере» | «Твиттер» (англ. to twitter –‘чирикать’, ‘щебетать’, ‘болтать’) – это онлайн-сервис микроблоггинга с возможностью коммуникации между участниками. Сообщение ограничено длиной в 140 символов. Размещаются приглашения на мероприятия, ссылки на интересный контент сайта/блога. |  |
| 3. | Страница в«Фейсбуке» | «Фейсбук» (англ. face – ‘лицо’ + book –‘книга’) – крупнейшая социальная сеть в мире, являющаяся площадкой для профессионального общения, т. к. ориентирована на целевую аудиторию. Страница служит для обмена опытом с коллегами. |  |
| 4. | Страница«ВКонтакте» | «ВКонтакте» – российская социальнаясеть, работа которой стартовала в 2006 году. Разнообразие и доступность таких функций, как размещение фотографий, размещение аудиоматериалов, видеороликов. Социальная сеть допускает две возможные формы сообщества – |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | группа и публичная страница. Выбортой или иной формы сообщества должен исходить из целей по продвижению в социальной сети. |  |
| 6. | Страница в«Одноклассниках» | «Одноклассники» – социальная сеть,стартовавшая в 2006 году. На сегодняшний день «Одноклассники» прикладывают максимум усилий для завоевания популярности среди более молодой аудитории. |  |