

**УТВЕРЖДАЮ:**  
Директор библиотеки

«\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

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

**1. Общие положения**

1.1. 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.

1.2. 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.

1.3. 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 экстремистской 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**).

1.4. Библиотека стремится использовать в своей деятельности оптимально возможное количество социальных сетей и максимально широкий спектр форматов участия в них.

1.5. Участие библиотеки в социальных медиа основывается на принципах открытости, достоверности, системности, общественной полезности.

1.6. 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.

1.7. Размещение информации рекламного-коммерческого характера, а также организация хозяйственной деятельности на информационном представительстве в социальных медиа «\_\_\_\_\_» с целью получения прибыли регламентируется законодательством РФ.

1.8. Открытие новых представительств, закрытие действующих осуществляется на основании предложений ответственного лица, других членов коллектива библиотеки директору (заведующей структурным подразделением).

## **2. Цели и задачи представительства библиотеки в социальных медиа**

2.1. 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.

2.2. 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.

### **3. Направления деятельности библиотеки в социальных медиа**

3.1. Направления деятельности библиотеки в социальных медиа формируют отражение миссии, целей и задач библиотеки, различных аспектов ее деятельности.

3.2. 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.

3.3. Выбор основных направлений деятельности в соцсетях основан на принципах актуальности, востребованности и социальной значимости.

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

4.1. Рабочие процессы, связанные с деятельностью по наполнению и сопровождению информационного представительства библиотеки в социальных медиа, осуществляет ответственное лицо, утверждаемое приказом директора библиотеки.

4.2. Деятельность ответственного лица, выполняющего комплекс работ по наполнению и сопровождению информационного представительства библиотеки в социальных медиа, регламентируется должностной инструкцией, утвержденной директором библиотеки.

4.3. 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.

4.4. В отсутствие ответственного лица, обеспечивающего сопровождение и информационное наполнение ресурсов информационного представительства в социальных медиа, работа возлагается на \_\_\_\_\_ (указать должность).

4.5. 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.

4.6. 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.

4.7. Общее руководство деятельностью по обеспечению функционирования информационного представительства библиотеки в социальных медиа возлагается на \_\_\_\_\_ (указать должность).

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

## **5. Требования к контенту социальных площадок библиотеки и порядок его пополнения**

5.1. Контент библиотеки формируют визуальные, текстовые и звуковые составляющие.

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

5.3. 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.

5.4. 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.

5.5. 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).

5.6. 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;
- репертозы актуальной тематики и др.

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

6.1. Работы по обеспечению функционирования и развития информационного представительства библиотеки в социальных медиа производятся за счет бюджетных средств библиотеки или за счет привлеченных средств.

6.2. Размер стимулирующих выплат за организацию работы с информационными ресурсами определяется Положением о стимулировании деятельности работников ... ЦБС.

## 7. Порядок утверждения и внесения изменений в Положение

7.1. Настоящее Положение утверждается приказом директора библиотеки.

7.2. Дополнения и изменения оформляются приложением к данному Положению и могут быть переработаны в случае утраты актуальности.

7.3. 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 социальная сеть, 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. Выбор той или иной формы сообщества должен исходить из целей по продвижению в социальной сети.	
б.	Страница в «Одноклассниках»	«Одноклассники» – социальная сеть, стартовавшая в 2006 году. На сегодняшний день «Одноклассники» прикладывают максимум усилий для завоевания популярности среди более молодой аудитории.	