|  |  |
| --- | --- |
|  | **АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ****ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ** |
| **Научно-исследовательский институт****теории и практики государственного управления** |

**РЕКОМЕНДАЦИИ**

**по организации работы государственных органов и иных государственных организаций Республики Беларусь в социальных сетях и мессенджерах**

Минск 2023

СОДЕРЖАНИЕ

I. Общие положения

II. Организация функционирования аккаунтов

III. Требования к специалисту, в должностные обязанности которого входит создание и администрирование аккаунтов

IV. Анализ работы государственного органа (иной государственной организации) в социальных сетях и мессенджерах

**I. Общие положения**

1. Рекомендации по организации работы государственных органов и иных государственных организаций Республики Беларусь в социальных сетях и мессенджерах (далее – рекомендации) разработаны в целях унификации подходов к созданию и ведению официальных групп, каналов, публичных страниц государственных органов и иных государственных организаций (далее – государственные органы (организации)) в социальных сетях и мессенджерах.

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

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

**аккаунт** – официальная группа, канал, публичная страница государственного органа (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;

**уполномоченное должностное лицо** – заместитель руководителя государственного органа (организации) или руководитель структурного подразделения, на которого решением руководителя государственного органа (организации) возложена организация работы государственного органа (организации) в социальных сетях и мессенджерах.

**II. Организация функционирования аккаунтов**

3. Решение о создании аккаунтов принимается руководителем государственного органа (организации).

Данное решение рекомендуется оформлять локальным правовым актом государственного органа (организации). В нем определяются уполномоченное должностное лицо и работник, непосредственно ответственный за создание и администрирование аккаунтов.

4. Уполномоченное должностное лицо:

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

устанавливает критерии эффективности функционирования аккаунтов;

утверждает регламент аккаунта;

согласовывает контент-план;

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

проводит анализ работы государственного органа (организации) в социальных сетях и мессенджерах и определяет направления ее совершенствования.

5. Работник, ответственный за создание и администрирование аккаунтов, осуществляет:

создание (регистрацию) аккаунтов на площадках, уполномоченным должностным лицом;

разработку регламента аккаунта;

разработку контент-плана;

координацию деятельности и консультирование работников структурных подразделений государственного органа (организации) по подготовке и порядку предоставления информации для создания публикаций;

создание публикаций, согласование их содержания с уполномоченным должностным лицом;

организацию размещения публикаций в соответствии с контент-планом;

модерирование аккаунта, в том числе контроль соблюдения подписчиками (аудиторией) регламента аккаунта, обеспечение обратной связи с подписчиками (аудиторией) аккаунтов, включая ответы на комментарии и сообщения;

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\* Если иное не предусмотрено регламентом.

работу по обеспечению защищенности аккаунтов от несанкционированного доступа;

размещение актуальных ссылок на аккаунты на официальном интернет-сайте государственного органа (организации);

мониторинг эффективности функционирования аккаунтов, а также подготовку предложений по их совершенствованию.

6. При создании аккаунта рекомендуется:

придерживаться фирменного стиля государственного органа (организации) в оформлении аккаунта;

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

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

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

7. Наполнение аккаунтов публикациями рекомендуется осуществлять на регулярной основе. **Периодичность размещения публикаций** определяется контент-планом с учетом динамики развития социально-экономической ситуации, специфики деятельности государственного органа (организации) и используемых платформ, но не должна составлять менее одной публикации в неделю для каждой из платформ.

8. Публикации, размещаемые в аккаунтах, должны:

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

не содержать сведения о персональных данных физических лиц; информацию, порочащую честь, достоинство, деловую репутацию физических и юридических лиц либо нарушающую иные нормы законодательства Республики Беларусь;

соответствовать внутренним правилам сервисов социальных сетей и мессенджеров;

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

9. В процессе функционирования аккаунта подлежат удалению комментарии и сообщения подписчиков, нарушающие законодательство Республики Беларусь, 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 пункте 9 настоящих рекомендаций, блокируются в порядке, определенном внутренними правилами сервисов социальных сетей и мессенджеров.

10. 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;

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\* Периодичность изменения пароля определяется локальными правовыми актами, устанавливающими правила обеспечения информационной безопасности в государственном органе (организации).

запретить сторонним приложениям доступ к аккаунту;

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

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

**III. Требования к специалисту, в должностные обязанности которого входит создание и администрирование аккаунтов**

11. Специалист, 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, государственного органа (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 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;

**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;

настраивать таргетированную (целевую либо выборочную) рекламу и использовать ее для продвижения аккаунта в сети Интернет;

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

с учетом технических особенностей используемых платформ и специфики аудитории аккаунтов организовывать и проводить конкурсы, флэшмобы (иные формы работы в социальных сетях и мессенджерах) с целью 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.

12. Специалист, ответственный за 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.

**IV. Анализ работы государственного органа (иной государственной организации) в социальных сетях и мессенджерах**

13. Анализ работы государственного органа (организации) в социальных сетях и мессенджерах рекомендуется проводить **не реже одного раза в год** на основе результатов мониторинга эффективности функционирования аккаунтов (далее – мониторинг).

14. Перечень показателей для мониторинга может включать в себя:

количество подписчиков;

степень вовлеченности аудитории;

цитируемость (упоминаемость) публикаций;

тональность комментариев;

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

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

16. По результатам мониторинга работник, ответственный за создание и администрирование аккаунтов, готовит и вносит на рассмотрение уполномоченного должностного лица предложения по совершенствованию функционирования аккаунтов.

Уполномоченное должностное лицо на основании результатов мониторинга и предложений работника, ответственного за создание и администрирование аккаунтов, определяет направления совершенствования работы государственного органа (организации) в социальных сетях и мессенджерах.