

**Министерство культуры Ростовской области**  
**Донская государственная публичная библиотека**

**«Сегодня в библиотеках области»**  
**Вып. 41**

**«Закон в соц. сетях. Основные акценты при ведении страниц. Контент и ответственность».**

*По результатам исследования сайтов муниципальных библиотек Ростовской области и России.*

**Ростов - на - Дону**

**2018**

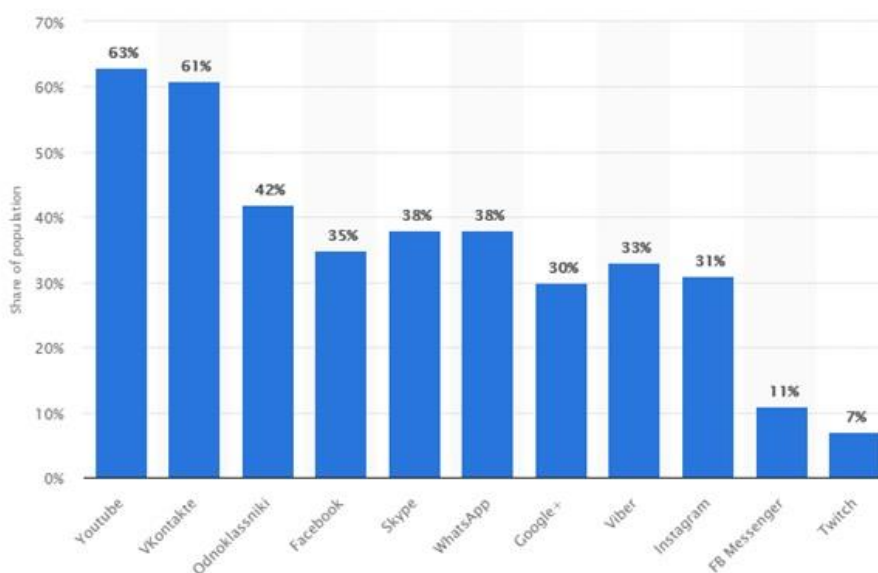
78.32  
В 11

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. СОЦ. СЕТИ СЕГОДНЯ. СТАТИСТИКА. ....</b>	<b>3</b>
<b>2. ЗАКОН О СОЦ. СЕТЯХ. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ. ....</b>	<b>6</b>
<i>Как подать жалобу? .....</i>	<i>9</i>
<i>Законодательная база .....</i>	<i>11</i>
<i>Какое наказание ждёт соц.сети за нарушения? .....</i>	<i>11</i>
<i>Есть ли подобные законы за рубежом? .....</i>	<i>12</i>
<i>Что будет, если законопроект всё-таки примут? .....</i>	<i>12</i>
<b>3. КАК ЗАЩИТИТЬ ПРАВА НА СВОЮ СТРАНИЦУ? .....</b>	<b>14</b>
<b>4. КОНТЕНТ В СОЦ. СЕТЯХ И ЕГО ВИДЫ. ....</b>	<b>15</b>
<b>5. БИБЛИОТЕКИ РО В СОЦ. СЕТЯХ. ЧТО МОЖНО ОТМЕТИТЬ ПРО БИБЛИОТЕКИ ОБЛАСТИ В ДАННОМ РАКУРСЕ?....</b>	<b>17</b>
<b>6. СПИСОК ИСТОЧНИКОВ: .....</b>	<b>22</b>

## 1. Соц. сети сегодня. Статистика.

Для того, что бы говорить о соц.сетях и установленном законодательстве, для наглядности можно привести немного статистических данных. Они хорошо демонстрируют, насколько важную вежу занимают страницы соц.сетей в нашей повседневной жизни. И из года в год количество это только растет. Интернет – пользователей в нашей стране насчитывается 110 млн человек — 76% всего населения. А соц.сети активно проникли в жизнь у 47% населения, аккаунты в них имеют 67,8 млн россиян. По данным портала он-лайн статистики Statista, активнее всего в РФ используют YouTube (63% опрошенных), второе место занимает ВКонтакте — 61%. Глобальный лидер Facebook лишь на четвертой строчке с показателем в 35%. Среди мессенджеров доминируют Skype и WhatsApp (по 38%).



Каждый год WeAreSocial обновляет свой всеобъемлющий статистический отчет Global Digital Report, где отображены полезные данные о социальных медиа по всему миру. Этот ресурс отображает наглядную разницу в использовании соц. сетей по всему миру. Где и какие больше востребованы и пользуются большим

спросом. Из него можно узнать, насколько по-разному социальными площадками пользуются в разных частях света. Интересно заметить, что западные страны не так подвержены влиянию соц.сетей.

К примеру, количество интернет-пользователей в 2018 году достигло 4,021 млрд человек, что на 7 процентов больше в сравнении с данными год назад.

Аудитория социальных сетей в 2018 году по общим показателям насчитывает 3,196 млрд человек — на 13% выше прошлогодней цифры. Цифры стремительно растут, особенно это касается активных пользователей соц.сетей с мобильных устройств — уровень проникновения 39%, что на 5% больше, чем в 2017 году.

Возраст пользователей так же неуклонно растет, и здесь показатели достигают своей зрелости. Люди совершенно разного возраста вовлечены в электронное пространство и активно пользуются соц. сетями. Т.е. с их помощью можно достигать до всех демографических групп независимо от возраста и пола. Исключениями являются Instagram и Tumblr с более молодой аудиторией.

Ценность соц.сетей нельзя не учитывать:

1 – Через соц.сети можно взаимодействовать с любой аудиторией – возраст и демографическое положение роли не играют.

2 – Треть всего времени в Интернете люди проводят в соц.сетях. Среднестатистический пользователь проводит 2 часа 15 минут в сутки, листая ленту и общаясь на социальных площадках, а молодежь 16–24 лет — почти три часа.

3 – треть интернет-пользователей подписаны на страницы любимых компаний или понравившихся организаций в социальных сетях.

4 – Соц. сети сегодня – это главный источник информации для пользователей.

5 – Любимое занятие в соц. сетях – просмотр видео.

Facebook — самая крупная соц.сеть по численности пользователей, но по посещаемости первое место занимает YouTube именно из-за видео.

Вопросы безопасности соц. сетей, данных в них и этические вопросы – это краеугольный камень практически для любой соц. сети. В России депутаты говорят о собственном национальном интернете, объясняя его необходимость опасностью цифровой диктатуры.

Страницу в социальной сети с точки зрения закона (ст. 1225 ГК РФ) можно отнести к следующим видам результатов интеллектуальной деятельности (РИД): произведение науки, литературы и искусства; база данных. Страница как произведение выступает в качестве так называемых вторичных произведений: сложных объектов (ст. 1240 ГК РФ) или составных произведений (подп. 2 п. 2 ст. 1259 ГК РФ).

## 2. Закон о соц.сетях. Основные положения.

Наверное, важность площадки соц.сетей понятна каждому сотруднику библиотеки. Но прежде чем говорить о ведении соц.сетей, необходимо ознакомиться с основополагающим законами для них сегодня - «О правовом регулировании деятельности социальных сетей и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», а так же с законом «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

### Основные моменты этого закона:

Соц.сети должны иметь на территории России своё представительство. Если его нет, то они обязаны его создать.

Все пользователи должны пройти идентификацию при регистрации. В основном, по номеру телефона, ведь SIM- карты продают по паспорту. Таким образом исключается анонимность.

Крупные соц.сети в течение суток должны уточнять и удалять всю информацию, нарушающую российские законы, по требованию пользователей, которые пожаловались на тот или иной контент. Например, пропагандирующую войну, разжигающую национальную ненависть и вражду, недостоверную и порочащую честь, достоинство и репутацию.

Все фейковые новости должны быть удалены по требованию Роскомнадзора.

Все крупные соц.сети должны следить, что бы пользователи не публиковали на своих страницах материалы, содержащие насилие, жестокость или мат.

*Надо отметить, что в 2018 году в него были внесены поправки. Изменения в законе прилагаются отдельным файлом.*

Что же можно считать крупной соц.сетью? В законопроекте она обозначаются как «публичная сеть». Это, в общем-то, любой ресурс, где пользователи могут размещать свои электронные сообщения, фото и видео. Только популярные ресурсы, где ежегодной пользователями являются не менее

ста тысяч человек на территории РФ. Сюда же могут относиться и СМИ, которые позволяют пользователям оставлять комментарии под опубликованным материалом, и магазины, где можно оставлять отзывы.

Многие хотят сохранить свою анонимность в соц.сетях. Нужно это или нет – вопрос открытый. Но важно так же помнить теперь всем организациям, что в России действует «пакет Яровой». Он-то и дает возможность сохранения всей переписки пользователей. Т.е. понять, что и кто написал – труда не составит.

Как новый законопроект повлияет на соц.сети? Здесь тоже много подводных камней и спорных моментов. Но на владельцев соц.сетей наложат дополнительную ответственность. Им необходим будет большой штат дополнительных администраторов и модераторов. Поскольку публикуемый контент придется изучать, анализировать, оценивать, заниматься претензиями, жалобами о подозрительных публикациях и т.д. Это большой пласт работы, который требует огромных затрат. Массы людей. И, конечно, нет ничего удивительного в том, что владельцы информационного пространства будут перестраховываться. Заранее удалять всю хотя бы подозрительную информацию. Т.е., цензура весьма ужесточится в рамках той или иной соц.сети.

Есть много способов нарушить законодательство обычным постом в соц.сетях. Посты с запрещенной символикой, нарушение чувств верующих и т.д. Схема жалобы сводится к стандартной процедуре: пользователь видит что-то для себя подозрительное, жалуется в администрацию. Администрация в течение суток обязана рассмотреть эту жалобу и удалить пост, если он оказался противозаконным. Сама же администрация должна вести учет таких рассмотрений и удалений постов, что бы предоставлять Роскомнадзору. Не понятно, как именно пользователь будет решать – противозаконный пост или нет. По своему желанию. И как администрация соц.сети сможет рассмотреть это за сутки – тоже. Ведь если представить тот огромный поток этих жалоб, которые необходимо рассмотреть в течение суток, например, в ВКонтакте, то впору хвататься за голову. Или нанимать много людей для модерирования. А

если учесть, что всякие экстремистские лозунги и тематика допускают огромную широту трактовок, то ситуация становится еще менее понятной. И еще важный момент. Как именно будут отделяться фейковые новости от нефейковых? В законопроекте нет конкретного органа, который мог бы определить, фейковая новость или нет. Полномочия размазаны по разным органам исполнительной власти. Это будет делать не сам Роскомнадзор. Те, кто замечают фейковую новость, даже какая-то организация, пишет в Роскомнадзор, где у последних предоставлена удобная форма (представлена ниже). Роскомнадзор рассматривает данное заявление и требует удалить несоответствующую информацию в течение суток. Если информация не была удалена соц.сетью, Роскомнадзор может ограничить к ней доступ. Но поскольку заблокировать отдельную страницу сложно, если не невозможно, то как вариант – блокировать весь ресурс. Плюс ко всему, владельцам информационных пространств грозят крупные штрафы.

Пользователи в соц.сетях полностью теряют свою анонимность. Документ полностью ставит под контроль любого. Как такой закон будет работать – не ясно. Очень много не точностей. Однако, стоит отметить, что за последние годы большое количество пользователей уже привлекли к уголовной ответственности не только за собственные записи, но и за перепосты.

Любые публикации на чувствительные темы (религия, ЛГБТ, Украина, Сирия) могут стать причиной возбуждения уголовного или административного дела. Вам точно надо знать, за публикацию какой информации вас могут посадить или дать штраф, а за что вы получите только лайки и репосты. Оскорбления и клевета, которые идут в публичной записи. Стоит напомнить, что **оскорбление** — это унижение чести и достоинства человека, выраженное в неприличной форме. За такое можно получить штраф до 100.000 рублей, если оскорбление было совершено по отношению к физическому, юридическому или должностному лицу. Оскорбление лица при исполнении или в форме можно и вовсе получить исправительные работы на срок до одного года. При этом, необязательно помещать оскорбляющие высказывания в открытом



доступе на своей странице. Вас можно привлечь к ответственности даже за сообщения в личку или почту. Прецеденты уже существуют. Так же нельзя обойти клевету. Это так же часто встречающееся явление на просторах Сети. **Клевета** — это распространение заведомо ложных сведений о человеке, порочащих его честь и достоинство и подрывающих его репутацию. Сведения не обязательно должны быть выражены в оскорбительной форме. В зависимости от содержания распространяемой информации и лица, которому эти данные адресуются, вас могут приговорить вплоть до выплаты штрафа в 5 миллионов рублей.

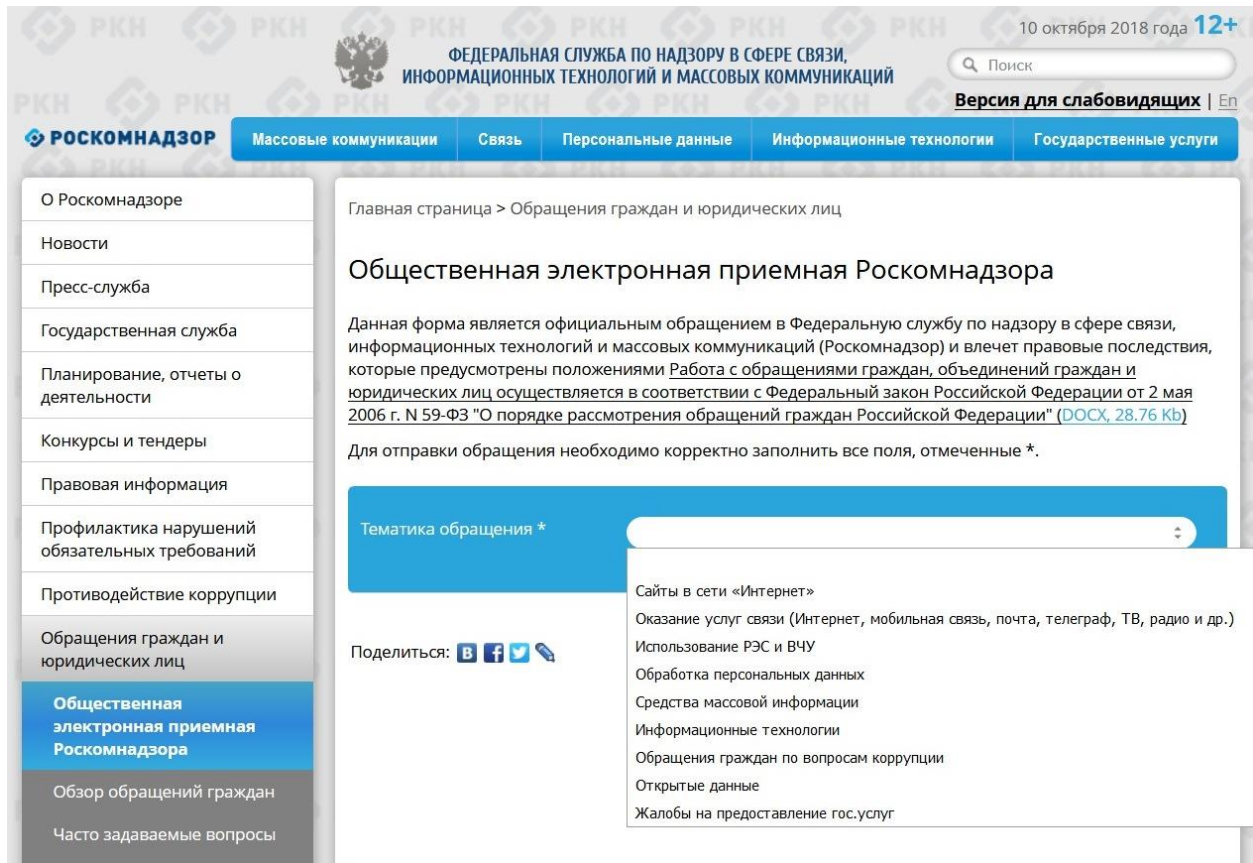
Понятно, что новые правила могут больно ударить по информационным платформам. В первую очередь, по российским. Закон затронет и YouTube, и любые крупные медиа, где есть возможность комментирования. Но именно российские компании будут вынуждены выполнять все, даже самые абсурдные требования. Они окажутся менее конкурентоспособными и привлекательными для пользователей.

Все это может свести итог к тому, что многие иностранные соц.сети и сервисы закроют свою работу на территории России. Ведь для того, что бы построить работу в соответствии с новыми правилами, требуется огромное количество затрат, гораздо больших, чем их выручка от работы в Рунете. Хотя по заявлению самих депутатов закон призван защитить пользователей от дезинформации в интернете. В том числе речь идет о фейковых новостях.

### Как подать жалобу?

Это сделать можно несколькими способами. Самый простой – электронный. Для этого необходимо зайти сайт Федеральной службы в раздел **Общественная электронная приемная Роскомнадзора** – <https://rkn.gov.ru/treatments/ask-question/>. В появившемся электронном окне выбрать тематику обращения. Затем написать, кому адресовано (ФИО ответственного), однако это поле заполнять не обязательно. Заявителю нужно указать свои данные (ФИО, контактные данные для отправки ответа),

обязательно определить место рассмотрения — область, где расположен объект жалобы. Далее написать текст и ввести электронный код. Если составить претензию согласно требованиям сайта, ответ придет в течение 30 дней. В сложных ситуациях, требующих дополнительного разбирательства, срок рассмотрения может затянуться на 2 месяца.



Как альтернатива этой электронной форме – можно воспользоваться сайтом Госуслуги. Там точно так же можно подать такое обращение.

Жалобу можно подать и в печатном виде. Гражданам предоставляется возможность лично зарегистрировать заявление в канцелярии учреждения или направить письмо (бланк – образец письма прилагается в конце). Рассмотрение подобных жалоб идет оперативно и быстро, поскольку государственный орган стремится очистить электронную сеть от мусора и от контента, который нарушает права граждан. Обязательно указывается организация, в которую направляется жалоба, а также сведения о заявителе и подробное описание нарушений сайта с обозначением ссылок, обосновывающих жалобу. Можно

приложить скрины. Обязательным являются и приложенные сведения о личности заявителя. Сделать это анонимно у вас не получится.

### Законодательная база

При подготовке официального обращения в Роскомнадзор следует изучить такие нормативно-правовые акты:

1. Постановление Правительства РФ от 16.03. 2009 г. N 228 «О Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций»
2. Закон N 230-ФЗ от 03.07.2016 г «О защите прав и законных интересов физических лиц при осуществлении деятельности по возврату просроченной задолженности и о внесении изменений в Федеральный закон «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях».
3. Закон N 126-ФЗ от 07.07.2003 «О связи».
4. Закон №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации».
5. Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «О персональных данных».

### Какое наказание ждёт соц.сети за нарушения?

Первая санкция за нарушение закона — штраф в 50 миллионов рублей. В дальнейшем им грозит ограничение доступа к сервису на всей территории страны — блокировка на уровне операторов связи.

Для пользователей – свои расценки. Например, предоставление физическим лицом при осуществлении регистрации в социальной сети владельцу социальной сети недостоверных персональных данных (по указанному закону) – это административный штраф в размере от одной тысячи до трех тысяч рублей. Регистрация физического лица под псевдонимом не допускается. Или рассыл спама в социальной сети влечет наложение

административного штрафа на граждан в размере от трех тысяч до пяти тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до трехсот тысяч рублей.

*Есть ли подобные законы за рубежом?*

В таком размахе – нет. Однако, тенденция популярна. Контроль за коммуникациями есть практически во всех европейских странах.

*Что будет, если законопроект всё-таки примут?*

Много нестыковок, несоответствий и судебных разбирательств – это вполне вероятно. Поскольку закон – то написали, но системы единой нет, ее еще придется отлаживать. Да и тогда, будет ли она работать – вопрос открытый. Но скорее всего, что его примут. Законопроект уже принят в первом чтении на сегодняшний день.

*Как же работать?*

В связи с этим хочется резюмировать вышесказанное и обратить внимание библиотекарей на следующие моменты. Ваши аккаунты в соц. сетях – это ваше личное пространство. И вы можете размещать там все, что считаете нужным. Однако, помните, что Интернет – это уже общественная территория. То, что вы постите или пишете, быстро распространяется и становится общедоступным, долго сохраняется. В связи с этим, если вы обозначены как библиотекарь или работник библиотеки, необходимо размещать свои посты и мысли очень аккуратно, поскольку вы представляете свою организацию и библиотеку в общем. Фактически, то, что постите вы как работник библиотеки, размещается от всей библиотеки в целом, особенно, если ваша страница связана с библиотекой или библиотечным пространством.

Вы несете личную ответственность за свои посты, а так же за ваши комментарии на любой странице данной сети. Поэтому внимательно подходите как к тематике своих постов от имени библиотеки, так и со своими собственными высказываниями в комментирующих формах.

Помните, что любое обсуждение в сети легко может стать достоянием гласности, особенно, если вы пишете о своей работе, сотрудниках, распорядках и правилах. Безусловно, вы имеете право на свое мнение, но продолжая работу

в библиотеке, избегайте от негативных высказываний публично. Ведь ваша личная критика может легко стать «общественным мнением» для любого постороннего человека.

Высказываясь о работе своей библиотеки, о мероприятиях, вам всегда необходимо использовать местоимение «Я», поскольку вы говорите от себя и за себя. Использовать в своих публикациях слово «Мы» может лишь администрация библиотеки. Необходимо уточнять в своих публикациях, что это только ваше личное мнение и оно субъективно. Это не официальная позиция руководства.

Так же необходимо помнить, что вы, как сотрудник библиотеки, должны всегда быть профессионалом своего дела и своей профессии. Это выражается в корректном общении, вежливости, без раздражения, издевок и т.д. Даже если вопросы - вне рамок вашей профессиональной деятельности. Старайтесь даже в соц.сетях проявлять максимальный информационный посыл к своему собеседнику.

Важно учитывать, что все ваши страницы в соц.сетях или блогах – это уже общедоступная информация, и вы представляете свою библиотеку, ее лицо, имидж. Наполняемость вашей страницы, разнообразие ее тематики, корректность общения, интересный подход – это то, что необходимо вам, как профессионалу библиотечного дела в информационном пространстве.

### 3. Как защитить права на свою страницу?

По-разному. Главное, с какой стороны посмотреть на эту страницу. Желательно, этот вопрос решить заранее, особенно, если вы общедоступная организация. Законы предоставляют широкие возможности для защиты своей интеллектуальной собственности. В Интернете это тоже активно работает. Если рассматривать вашу страницу в соц. сетях как составное произведение, то надо доказать, что материалы в ней – не просто совокупность постов, тем, фото, видео или ссылок, а что они являются плодом вашего творческого подхода к работе. При этом сами элементы страницы не обязательно должны быть самостоятельными произведениями, а автору составного произведения в соответствии с п. 2 ст. 1260 ГК РФ принадлежат авторские права на осуществленные ими подбор или расположение материалов (составительство).

Если же ваша страница содержит самостоятельные объекты авторских прав, то страница может рассматриваться как сложный объект (ст. 1240 ГК РФ). В этом случае уже не нужно будет доказывать творческий характер размещения информации. Просто необходимо будет обосновать, что страница включает несколько охраняемых результатов интеллектуальной деятельности.

Ваш контент может рассматриваться и как база данных. В соответствии с абз. 2 п. 2 ст. 1260 ГК РФ под базой данных понимается представленная в объективной форме совокупность самостоятельных материалов (статей, расчетов, нормативных актов, судебных решений и иных материалов), систематизированных таким образом, чтобы эти материалы могли быть найдены и обработаны с помощью ЭВМ. Страница в соц.сети отвечает данным признакам. Для соответствия признаку возможности систематизации материалов следует в материалах страницы (постах) использовать метки (теги), позволяющие делать поиск и сортировку материалов. В данном случае вариант защиты своей страницы – это доказать наличие существенных материальных затрат на создание страницы. Заранее иметь документы, подтверждающие расходы.

Помимо все новых законов об интернет – контенте, не стоит забывать и о юридической стороне вопроса. Здесь вы должны помнить об общих рекомендациях для защиты ваших прав на странице от библиотеки. К примеру, оформлять договоры со всеми лицами, участвующими в создании страницы: с авторами и «техническими» помощниками (особенно, если вы обращаетесь к услугам проходящих специалистов при создании страниц); приобретать права на контент, используемый для оформления и информационного наполнения страницы, чтобы не нарушить чужие права; фиксировать все расходы на создание страницы, в том числе рассмотреть возможность постановки страницы на баланс в качестве нематериального актива.

#### **4. Контент в соц. сетях и его виды.**

По данным исследования The State of Social 2018, 96% компаний, брендов и медийных представительств имеют представительство в Facebook. Если говорить о типах контента, публикуемого брендами, то лидируют изображения, ссылки и тексты. Несмотря на то, что видеопосты, как правило, получают наибольший отклик, такие материалы более сложно делать.

Различение видов контента, умение чередовать и правильно компоновать его позволят библиотечным страницам стать интереснее, информативнее и полезнее для своих пользователей. Сама классификация не строгая. В разных источниках ее перечисляют по-разному. Но в основном записи различаются по типологическим признакам.

1 – Развлекательный контент. Основа большинства материалов. Его задача развлекать и веселить людей, помогать «убивать время». Красивые фото, интересные истории, юмор, демотиваторы, стихи, музыка, фильмы – это все развлекательный контент. Такой контент хорошо расходуется среди пользователей, им делятся и обсуждают. На практике же он никаких полезных задач для библиотеки не решает. Разве что в плане статистики посещения страницы. Но развлекательный контент не сможет привлечь новых читателей в

библиотеку. И самое главное, уникального развлекательного контента сейчас почти нет.

2 – Образовательный контент. Полезная и обучающая информация. Именно он представляет реальную ценность для библиотечных страниц, он же чему-то учит. Сюда можно отнести инструкции, обучающие материалы, исследования, обзоры, аналитику и т.д. Именно такой контент демонстрирует вашу компетентность в своей профессиональной области. Самый большой плюс – образовательный контент прост в производстве. Именно вы являетесь транслятором уникального знания и передачи опыта.

3 – Новостной контент. Здесь все довольно прозрачно. Это новости вашей библиотеки: проведенные мероприятия и акции, творческие вечера. Не публикуйте много новостного контента, только если это позволяет поддерживать диалог с вашими пользователями и читателями.

4 – Коммуникационный контент. Это посты, побуждающие пользователя выразить свое мнение по тому или иному вопросу. От опросов до дискуссий, чатов и обсуждений. Такой тип контента решает довольно важную задачу – привлекает и вовлекает пользователя в диалог. Есть и свои сложности. Для таких постов нужна высокая посещаемость и охват, интересная тема. Иначе вы размещаете такой пост для никого. Создается впечатление, что говорить с вами никто не хочет, что только отталкивает посетителей еще больше. Есть еще один важный момент для такого контента – модерация. Там, где разные люди оставляют мнение или ведут диалог, там всегда есть место спорам, непониманию или просто троллям. Иначе ваш пост просто превратится во взаимные оскорбления. Всегда обращайтесь на это внимание. Потому что это всегда негативное мнение о вашей странице в итоге или обвинения по статье 282 УК РФ. Рекомендуется для такого установить либо фильтр в разделе сообщества для нецензурных комментариев, либо воспользоваться сервисом мгновенного оповещения о комментариях.

5 – Рекламный контент. Это репутационный контент. Отзывы, рекомендации, памятные истории. Все то, что выделяет вашу библиотеку, все



то, чем можно гордиться и ставить в пример. Не увлекайтесь слишком саморекламой себя. Но такие посты обязательно должны быть в вашей ленте, они повышают доверие читателя к вам и поддерживают его интерес.

## **5. Библиотеки РО в соц. сетях. Что можно отметить про библиотеки области в данном ракурсе?**

Библиотеки РО на сегодняшний день имеют 70 сайтов библиотек. Из них 33 сайта на выделенной платформе и 37 сайтов – на бесплатной платформе. Рекламного спама нет, но вопрос со счетчиками, который обязан быть на библиотечном сайте, стоит остро. Некоторые сайты не содержат ссылки на соц. сети. Это большой минус. И, конечно, некоторые заявленные сайты уже очень давно не обновлялись.

Что касается соц.сетей, то здесь лидером признаны Одноклассники – 143 профиля. Все же, данный сайт наиболее прост и понятен в обращении.

Второе место – Вконтакте – 140 библиотечных страниц. Надо отметить, что контент Одноклассников и в ВКонтакте зачастую дублируется. Но сами страницы библиотек более информативны и разнообразнее в подаче материала.

Facebook такой популярностью не пользуется. Он не так прост для обычной работы, как предыдущие сайты. Всего 38 страниц. Разница большая.

Порадовало, что стало больше блогов по сравнению с 2014 годом. На 5 блогов того времени сегодня уже 15. Иногда блоги ведутся через You Tube-канал.

И, конечно, надо отметить, что библиотеки сегодня активно начали осваивать и менее распространенные в нашей области платформы – Instagram, Google+.

80% информации на библиотечных страницах в соц.сетях – именно развлекательный контент. Очень мало качественного и обучающего контента.

Важно помнить, что библиотеки должны не только развлекать на своих страницах, но и активно прививать культуру чтения, вносить элемент обучения.

Хотелось бы отметить самые очевидные несоответствия. Сразу оговоримся, что это лишь общие выводы, они не применимы к каждой отдельно взятой странице. Они характерны больше для Одноклассников и для ВКонтакте.

1. Очень много лишнего контента. Спам – рассылок на странице, рекламных оповещений, игровых и т.д. Т.е. на библиотечной странице ничего лишнего быть не должно (ни макияжей, ни пройденных уровней в игре, ни кулинарных рецептов). Для всего этого должны быть личные страницы. Т.е. необходимо определиться - либо ваша страница – ваша индивидуальная, либо она библиотечная.

2. Некорректное оформление страницы или путаная навигация. Страница должна быть понятной и привлекательной, с рубриками, выделенными темами, яркими фотографиями. Емкие и непонятные аббревиатуры в названии только усложняют восприятие, их необходимо убирать. Правильное оформление – так же, на что стоит обратить внимание. Не ставьте личные фото на странице, посвященной библиотеке.

3. Ненужный контент. Безграмотность. Информация «лишь бы что-то запостить» только засоряет стену страницы и скорее отталкивает от вашей страницы, чем привлекает. Очень много небрежно ведущихся страниц. Обязательно выверяйте написанное. Безграмотное написание для библиотечных страниц недопустимо.

4. Отсутствие ведения страницы. Есть страницы «мертвые», которые уже давно заброшены. Их необходимо или ликвидировать, или вести. Интерес к странице в соц. сетях необходимо постоянно поддерживать и развивать. А это – постоянная работа. Для помощи используйте программу автопостинга, которая позволит вам размещать информацию в заданное время.

5. Ответы на вопросы и комментарии. Иногда их просто нет. Откровенный игнор вопросов. Либо ответ приходится ждать очень долго. А

пользователю в соц. сети важно получить ответ максимально быстро, здесь и сейчас.

Явных несоответствий контента в плане провокационных постов замечено не было. Но все же, те пункты, про которые говорилось выше, присутствуют и их необходимо исправлять. Страницы в соц.сетях должны работать, а не просто быть информационной свалкой, куда кидается все нужное и ненужное. Они должны поддерживать имидж вашей библиотеки, работать на пропаганду чтения и отражать вашу деятельность, а не быть небрежной отпиской. И еще совет – используйте хэштеги. Они будут помогать потенциальным читателям находить вас и ваши посты.

- Для сбора статистики сайта лучше всего пользоваться сервисами Яндекс.Метрика или Google Analytics. Эти системы не считают спам-ботов и дают аналитику по людям. Есть такой показатель как «уникальные посетители». Для библиотек Ростовской области в работе со статистическими данными был рекомендован сервис именно Яндекс. Метрика. Он эффективен в веб-аналитике, бесплатен. Удобно и то, что все данные о посещениях, удаленных пользователей можно получить сразу в форме отчетов.

- Если на вашем сайте стоит модуль регистрации и его «пробивают» спам-боты, то надо поставить защиту (в сети много всего).

- И еще проанализируйте - нужна ли регистрация на сайте? Если только для того, чтобы оставлять комментарии - то нужно защитить именно блок комментариев от спама.

Присутствие библиотеки в соц. сети считается один раз, независимо от количества страниц в соц. сети библиотеки.

Учет количества единиц контента, которые библиотека создала для соц.сетей так же учитывается. Один и тот же материал, который был размещен на нескольких соц. сетях, учитывается несколько раз.

Помните, что если вы активно ведете страницы в соц.сетях и библиотечный сайт, они должны быть синхронизированы. Т.е. соц. сети

должны подробнее раскрывать основную информацию на сайте, привлекать к откликам на ту или иную информацию.

Так же надо отметить, что по тем или иным техническим причинам, у некоторых библиотек Ростовской области до сих пор нет ни своего официального сайта, ни страниц в соц.сетях.

В завершении стоит напомнить основные принципы, которых стоит придерживаться в ведении страниц в соц.сетях любой библиотеке:

- Ваша организованность. Четкое планирование периодичности появления постов и времени работы с контентом должны соблюдаться для оптимального результата.

- Поддерживайте интерес ваших подписчиков. Определите оптимальный вид взаимодействия с ними, предлагайте новые формы общения с ними.

- Будьте в курсе всех новостей, новинок и актуальных тенденций своей профессиональной области. Делитесь самым интересным на своих страницах. Но для этого необходимо постоянно проводить мониторинг других профессиональных страниц, блогов и сайтов, что бы вычленил все самое необходимое для вас, быть в курсе последних новостей. Это требует немало времени.

- Экспериментируйте. Помните, что соц. сети доступны 24 часа в сутки, и когда именно последний опубликованный пост будет наиболее востребован – просто так не угадаешь. Экспериментируйте со временем. Найдите оптимальное для ваших подписчиков, когда публика наиболее активна.

- Лаконичность. Не смотря на то, что тот же Facebook сегодня не ограничивает по знакам публикации, все же, старайтесь не растягивать публикуемый контент. Старайтесь всегда оставаться лаконичными, но интересными.

- Определитесь, куда вы должны тратить свои основные силы и выберите ту соц. сеть, где у вас есть оптимальная отдача. Соц. сети требуют большого количества времени. Есть смысл вести только одну страницу, но

максимально полно. Не разрывайтесь на 5 страниц, которые вы не имеете возможности толком полноценно поддерживать.

- Определите, что для вас необходимо при размещении информации в соц.сетях. Качественный или количественный показатель. Они требуют принципиально различных подходов к заполнению страниц.

- И, конечно, не забывайте про разнообразие самого контента. Эта очень важный аспект, который зачастую теряется при активном ведении страниц.

Помня эти нехитрые истины, вы сможете не только более продуманно подойти к соц.сетям, но и умножить свою целевую аудиторию.

Возможно, в будущем нас ждут платные соц. сети. В том числе, и Facebook. Компания Google разрабатывает новую соц.сеть. Instagram может стать очень похожим на Facebook. В декабре этого года у них появились аудиосообщения. Видеохостинг YouTube будет производить на 100% оригинальный контент. В текущем году YouTube Premium появился в России. Теперь можно смотреть сериалы и фильмы, которые созданы самой платформой. Эксперты считают, что со временем YouTube станет серьезным конкурентом Netflix.

## 6. СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

- 1 Дарбинян С. Что будет с социальными сетями после принятия закона? [Электронный ресурс]. – URL: <https://lifehacker.ru/zakon-o-socsetyah/>
- 2 Роскомнадзор. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – URL: <http://rkn.gov.ru/>
- 3 Как составить жалобу в Роскомнадзор? [Электронный ресурс]. – URL: <https://potreb-prava.com/dokumenty/zhaloby/obrazec-zhaloby-v-roskomnadzor.html#obraztsy-zhalob-v-roskomnadzor>
- 4 Как написать жалобу? [Электронный ресурс]. – URL: <https://написать-жалобу.рф/>
- 5 Регламент поведения сотрудников в социальных сетях. [Электронный ресурс]. – URL: <http://hr-portal.ru/doki/reglament-povedeniya-sotrudnikov-v-socialnyh-setyah>
- 6 Шесть типов контента в соц. сетях. [Электронный ресурс]. – URL: <http://smm-putin.ru/6-tipov-kontenta-v-socialnix-setyah>
- 7 Сергеева Ю. Социальные сети в 2018 году: глобальное исследование. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.web-canape.ru/business/socialnye-seti-v-2018-godu-globalnoe-issledovanie/>
- 8 10 рекомендаций для вашей библиотеки по эффективному использованию социальных сетей. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ebsco.com/e/ru-ru/blog/ten-tips-to-master-social-media-at-your-library>
9. Кирилл Митягин. Право на страницу.// Российская бизнес – газета № 978 (49). [Электронный ресурс]. – URL: <https://rg.ru/2014/12/23/socset.html>
10. Протопопова, Е. Э. Маркетинговые инструменты для продвижения информационно-библиотечных услуг / Е. Э. Протопопова // Справ. рук. учреждения культуры. – 2015 – № 10 – С. 84–91.
11. Свергунова, Н. М. Библиотеки в социальных сетях: необходимость или дань моде / Н. М. Свергунова // Науч. и техн. б-ки. – 2016 – № 5 – С. 52–58.