

МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ОТКРЫТЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ
ИНСТИТУТ



Т.А. Сафина
Н.А. Николаева

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРИСУТСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ
ОРГАНОВ И ОРГАНОВ МЕСТНОГО
САМОУПРАВЛЕНИЯ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

Учебно-методическое пособие

Йошкар-Ола
2015

УДК 004
ББК 32.81
С 217

Печатается по решению Ученого совета АНО ВО
«Межрегиональный открытый социальный институт»
Ответственный редактор – Швецов Николай Михайлович

Рецензенты:

Роженцов В. В. – д. тех.н., профессор, заведующий лабораторией технологического обеспечения объектов информатизации АНО ВО «Межрегиональный открытый социальный институт»;

Леухин А.Н. – д. ф-м н., проректор по науке и инновационной деятельности ФГБОУ ВПО "Марийский государственный университет"

Сафина Т.А., Николаева Н.А.

С 217 Обеспечение присутствия государственных органов и органов местного самоуправления в социальных сетях / Т.А. Сафина, Н.А. Николаева. – Йошкар-Ола: ООО «Типография «Вертикаль», 2015. – 76 с.

Освоение служащими форм и методов присутствия государственных органов и органов местного самоуправления в социальных сетях для осуществления их эффективного взаимодействия с гражданами и институтами гражданского общества.

Пособие адресовано государственным органам и органам местного самоуправления.

ISBN

УДК 004
ББК 32.81
© Сафина Т.А., Николаева Н.А., 2015
©Межрегиональный открытый
социальный институт, 2015


Оглавление


1. Основные социальные сети.	4
2. Принципы участия органов государственной власти и органов местного самоуправления в социальных сетях.	6
3. Приемы передачи информации в социальных сетях: специфика данных и их восприятия	8
4. Форумы, организуемые государственными органами и органами местного самоуправления: основы ведения	16
5. Методы и приемы оперативного реагирования государственных органов и органов местного самоуправления на критику в социальных сетях	23
6. Вопросы обеспечения информационной безопасности при раскрытии данных государственными органами и органами местного самоуправления	26
Список использованных источников.....	34
Приложение 1	35
Приложение 2	41
Приложение 3	57
Приложение 4	69


1. Основные социальные сети


Социальные сети в современном мире стали важным инструментом политических, маркетинговых, информационных компаний. Зачастую новости появляются сначала в социальных сетях, а затем в общественных СМИ. Общаясь напрямую с аудиторией, политические, социальные и общественные компании могут сообщать о своих новостях, программах, проектах и т.д., не тратя большое количество денег и гораздо быстрее, чем через обычные средства информации.


Самыми популярными в России, по исследованиям маркетинговых компаний, являются несколько социальных сетей:

1.  ВКонтakte – популярная социальная сеть России. Ежедневная аудитория сайта превышает 35 млн пользователей.

2.  Facebook – самая крупная международная социальная сеть, которая объединяет более 955 млн.

пользователей на всей планете.  Twitter – микроблог, насчитывающий более 230 млн. пользователей. Свою страничку в Twitter имеют как компании, так и представители шоу-бизнеса, спорта и политики. Сервис позволяет делиться новостями, идеями и фотографиями.

3.  Instagram – это фотосервис, позволяющий своим пользователям делиться снимками из жизни, пропущенными через художественные фильтры. Несмотря на то, что сервис был запущен только в октябре 2010 года, сегодня он имеет более 30 миллионов пользователей.

4.  Одноклассники – социальная сеть, у которой 135 млн пользователей. Суточная аудитория – около 30 млн человек.



5. **Мой мир** – В соцсети зарегистрировано 40 млн профайлов, а суточная активность составляет 300 тысяч пользователей.



6. **В кругу друзей** – социальная сеть с 13 млн. пользователей.

7. **Профессионалы.ru**® Профессионалы.ru – российская деловая социальная сеть, объединяющая специалистов и предпринимателей по отраслевым, профессиональным и географическим признакам.

8. **LinkedIn**. LinkedIn – международная деловая социальная сеть, в которой зарегистрировано свыше 100 миллионов пользователей, представляющих 150 отраслей бизнеса из 200 стран¹.

Самыми популярными сетями у госслужащих на данный момент являются «Twitter» и «Facebook».



9. **ГосБук** аналог сети Facebook созданный в России. Это «Экспертная сеть по вопросам государственного управления». В ней зарегистрировано более 25 млн. пользователей. Надо отметить, что сеть закрыта для всех пользователей, кроме чиновников. Главная цель сети - обеспечить специалистов, вовлеченных в управление важными для государства и его граждан процессами, удобным и функциональным интерактивным инструментом в сети интернет, который позволит комплексно обсуждать любой вопрос в режиме реального времени.



10. **«Регионалочка.ру»**. В сети реализованы функции фотоальбомов, форумов для обсуждения и внутренней системы личных сообщений. Основная задача сети предоставление быстрой связи между регионами.

¹ Крупнейшие социальные сети России. – URL: <http://www.perfect-raise.ru/kрупnejshie-socialnye-seti>.

2. Принципы участия органов государственной власти и органов местного самоуправления в социальных сетях

Распоряжением Правительства РФ от 30.01.2014 № 93-р утверждена Концепция открытости федеральных органов исполнительной власти (далее – Концепция), разработанная в целях: [2]

повышения прозрачности и подотчетности государственного управления и удовлетворенности граждан качеством государственного управления;

расширения возможностей непосредственного участия гражданского общества в процессах разработки и экспертизы решений, принимаемых федеральными органами исполнительной власти;

качественного изменения уровня информационной открытости федеральных органов исполнительной власти;

развития механизмов общественного контроля за деятельностью федеральных органов исполнительной власти.

Концепция направлена на повышение эффективности и результативности приоритетных мероприятий по совершенствованию системы государственного управления, определенных Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» и Основными направлениями деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 г., утвержденными Председателем Правительства Российской Федерации 31 января 2013 г. [1].

В пункте третьем Концепции установлены принципы открытости федеральных органов исполнительной власти и основные задачи по их реализации [3, 8].

Механизмы (инструменты) реализации принципов открытости рассмотрены в «Методических рекомендациях по реализации принципов открытости в федеральных органах исполнительной власти», в которых предусмотрено использование социальных сетей [4].

Исходя из принципов открытости, участие органов государственной власти и органов местного самоуправления в социальных сетях предполагает:

1. создание интерактивного раздела на интернет-сайте по исполнению основной деятельности;
2. подбор и публикация материалов, имеющих отношение к службам, которые представляет орган государственной власти или орган местного самоуправления;
3. организацию правительственных выступлений online-трансляций, выступлений министров и заместителей;
4. создание разделов, например: «Прямая речь» на главной странице сайта министерств и ведомств, где будут публиковаться цитаты, комментарии министров и заместителей;
5. организацию очных встреч руководства (рангом не ниже заместителя руководителя) с гражданами. Информация по итогам встреч с гражданами должна публиковаться на сайте министерства или ведомства в социальных сетях.

Для получения обратной связи необходимо:

- Создание раздела, например: «Опросы» на главной странице сайта министерства или ведомства и получение обратной связи от целевой аудитории сайта, выявление потребности референтных групп, отслеживание актуальных тем для обсуждения. Результаты опросов должны вывешиваться на сайте.
- Подготовка форумов (аналог онлайн-форумов) с премодерацией¹, где будут собираться вопросы, и формироваться ответы.
- Публикация пресс-релизов, мнения экспертов.
- Публикация вопросов и ответов в социальных сетях.
- Обсуждение ключевых целей и задач ведомства.

¹ Премодерация – способ управления контентом, при котором сообщения пользователей (обычно комментарии, посты) изначально видны лишь узкому кругу модераторов, которые решают, публиковать ли их в открытом доступе/Словарь бизнес-терминов, [Электронный ресурс]/ <http://dic.academic.ru/dic.nsf/business/17676>

3. Приемы передачи информации в социальных сетях: специфика данных и их восприятия

В обобщенном виде привлекательными для пользователей являются следующие предоставляемые социальными сетями возможности:

- получение информации (в том числе – обнаружение ресурсов) от других членов социальной сети;
- верификация идей через участие во взаимодействиях в социальной сети;
- социальная выгода от контактов (сопричастность, самоидентификация, социальное отождествление, социальное принятие и др.);
- рекреация (отдых, времяпрепровождение).

В зависимости от того, какие приемы информации вы хотите использовать, такую социальную сеть и нужно выбирать.

Если вы хотите привлечь как можно больше людей, самая подходящая социальная сеть для этого – «ВКонтакте». Кроме стандартного набора для социальных сетей (создание профиля с информацией о себе, производство и распространение контента, гибкое управление настройками доступа, взаимодействие с другими пользователями приватно (через личные сообщения) и публично (с помощью записей на «стене», а также через механизм групп и встреч), отслеживание через ленту новостей активности друзей и сообществ), пользователь может оставлять комментарии под уже опубликованным контентом. Существует возможность создавать закрытые сообщества (чьи материалы скрыты от случайных посетителей), попасть в которые можно только по приглашениям. Поэтому сообщества можно использовать и для организации дистанционной работы, общения с друзьями и т.п. Также у сайта имеется мобильная версия m.vk.com (Приложение 2).

Если вы предпочитаете публикацию кратких сообщений, (не более 140 символов), то для этого подойдет «Твиттер» (приложение 3). Короткие заметки в формате блога – микроблоггинг – подходят для людей любого возраста. «Твиттер» в основном используется для передачи новостей

общественного или личного значения. «Твиттер» – это способ быть всегда в контакте с людьми, даже если они очень заняты. Например, сайт <https://mvd.ru/> МВД РФ, (рисунок 1). Для обмена мгновенными сообщениями подойдет программа «Мессенджер» (более ранняя версия ICQ или «аська»). На сегодняшний день самые крупные бесплатные мессенджеры для смартфонов, планшетов и др. – это WhatsApp, Viber и Telegram.



Рисунок 1 – Ссылка на «Твиттер». Сайт МВД РФ

Вторая по посещаемости социальная сеть массового пользования – это «Facebook» (Приложение 4). Она позволяет создать профиль с фотографией и информацией о себе, приглашать друзей, обмениваться с ними сообщениями, изменять свой статус, оставлять сообщения на своей и чужой «стенах», загружать фотографии и видеозаписи, создавать группы (сообщества по интересам).

Для того чтобы привлечь как можно больше пользователей в свою группу, надо понимать специфику данных в социальных сетях и их восприятие.

Важным моментом для управления группой в социальных сетях является влияние¹, т.е. способность воздействовать на чьи-либо представления или действия. Различают два вида влияния: направленное и ненаправленное².

Направленное (целенаправленное) влияние – влияние, использующее в качестве механизмов воздействия на другого субъекта убеждение и внушение. При этом субъект влияния ставит перед собой задачу добиться определенных результатов (например, выбора определенных действий) от объекта влияния. Ненаправленное (нецеленаправленное) влияние – влияние, при котором индивид не ставит перед собой задачу добиться определенных результатов от объекта влияния.

Как показывают наблюдения психологов³, в социальной сети агенты часто не имеют достаточной для принятия решений информации или не могут самостоятельно обработать ее, поэтому их решения могут основываться на наблюдаемых ими решениях или представлениях других агентов (*социальное влияние*) [7].

Социальное влияние реализуется в двух процессах: *коммуникации* (в ходе общения, обмена опытом и информацией, обсуждения тех или иных вопросов с авторитетными для агента

¹ Oxford English Dictionary. – URL: <http://www.askoxford.com>.

² Glossary on Control Theory and its Applications. – URL: <http://glossary.ru>.

³ Deutsch M. A Study of Normative and Informational Social Influences upon Individual Judgment / M. Deutsch, H.B. Gerard // Journal of Abnormal and Social Psychology. – 1955. – №51. – P. 629-636.

соседями он приходит к определенным представлениям, установкам, мнениям) и *сравнения* (в поисках социальной идентичности и социального одобрения агент принимает представления и действия, ожидаемые от него другими агентами в данной ситуации; агент задается вопросом: «что бы сделал другой агент (эталон для сравнения), будь он в моей ситуации?» и, сравнивая себя с ним, определяет свою адекватность и играет соответствующую роль. Можно объяснить сравнение с поиском стратегического преимущества: сравнивая себя с другими агентами, занимающими те же позиции в социальной системе, агент может ввести или принять нововведения, которые сделают его более привлекательным в качестве объекта отношений). Необходимо отметить, что при коммуникативном подходе к влиянию агенты могут прийти к сходным представлениям, но необязательно к сходному поведению. При сравнении же агент обычно косвенным образом копирует поведение. Очевидно, поведение агента определяется не только представлениями, но и ограничениями, с которыми он сталкивается. Поэтому агенты со схожими представлениями могут вести себя по-разному, и наоборот, агенты с разными представлениями могут вести себя одинаково [7]. Социальная сеть играет большую роль в распространении информации, идей и влияния между ее членами [7]. Модели влияния в социальных сетях подробно описаны в одноименной книге¹ Губанова Д.А.², Новикова Д.А.³, Чхартишвили А.Г.⁴.

Передача и прием информации в социальных сетях

В любой социальной сети важным элементом является общение – взаимодействие двух или более субъектов, состоящее

¹ Губанов Д.А. Модели влияния в социальных сетях / Д.А. Губанов, Д.А. Новиков, А.Г. Чхартишвили // УБС. – 2009. – № 27. – С. 205-281

² Губанов Дмитрий Алексеевич, аспирант (DimaGubanov@mail.ru)

³ Дмитрий Александрович Новиков, доктор технических наук, профессор, член-корреспондент РАН, заместитель директора (novikov@ipu.ru).

⁴ Чхартишвили Александр Гедванович, доктор физико-математических наук, ведущий научный сотрудник (sandro_ch@mail.ru)

в обмене между ними сообщениями, имеющими предметный и эмоциональный аспекты¹; или это обмен информацией.

Источником или отправителем сообщения может выступать как отдельное лицо, так и группа людей, общественные институты (государственные учреждения, политические партии, общественные организации, фирмы и т.п.).

Обмен информацией обычно делят на две составляющие:

1. Кодирование сообщения отправителем. Цель кодирования – доведение своей мысли до получателя и обеспечение восприятия получателем смысла сообщения. Для этого используется система кодов – символов и знаков, одинаково понятных обеим сторонам общения.

2. Декодирование сообщения получателем – это обратный процесс перевода закодированного сообщения на язык, понятный получателю.

Общаясь в социальных сетях, вы принимаете и передаете данные одновременно. Передав сообщение только тогда, когда вы получили ответ, вы можете сделать вывод о том, насколько правильно вас поняли, и изучить реакцию на ваше сообщение.

В социальных сетях, независимо от того, какую информацию вы передаете, процесс должен быть управляемым и понятным. Общаясь, вы передаете информацию и, что намного важнее, устанавливаете контакт с теми, кому предназначено сообщение, создавая о себе хорошее впечатление.

Поскольку уровень сложности сообщения может варьироваться от констатации незначительного факта до пояснения замысловатого понятия, от способа выражения мысли зависит, насколько правильно ее поймут. Это значит, что вам придется [8]:

– мысленно выстроить план изложения, то есть собрать воедино все факты и идеи и расположить главные из них в логической последовательности;

– передать информацию, то есть подобрать для иллюстрации своей идеи нужные слова и образы, чтобы

¹ Психология общения. Энциклопедический словарь / под общ. ред. А.А. Бодалева. – М.: Изд-во «Когито-Центр», 2011.

сообщение было понятным и соответствовало ситуации общения [7].

Передавая информацию, мы не только подбираем данные для высказывания, но и кодируем их, чтобы высказывание было точным и понятным.

Решая, что написать в социальных сетях, всегда надо понимать, как вы относитесь к получателям сообщения или каких отношений с ними хотели бы добиться. Если сразу понять, чем ваше сообщение может быть интересно получателю, сформулировать его гораздо проще.

Всегда надо помнить, что важно содержание сообщения, так как ваше сообщение вызывает определенные чувства у получателя. Подбирать их следует так, чтобы они выражали именно то, что вы хотите сказать, и были правильно поняты получателем. Информация, которая передается в процессе общения, может служить самым разным целям, поэтому, если вы хотите, чтобы ее правильно поняли, формулируйте мысль корректно.

Никогда не надо думать о том, что получатель вашего сообщения поймет вас с полуслова, наоборот, это может привести к недопониманию. Не все люди компетентны в области ваших интересов или работы и не все могут догадаться, что вы хотели сказать в очень кратком и не совсем ясном сообщении. Иногда лучше повторить сообщение другими словами и более расширенно, для того чтобы получатель вас понял правильно. Но парадокс в том, что при этом вы всегда должны вызывать у получателя сообщения ощущение, что вы понимаете друг друга с полуслова.

Результат общения зависит от правильной расшифровки информации. Получатель сообщения почти всегда подходит к полученным сведениям избирательно. Тому есть несколько причин [8].

– Люди воспринимают информацию сквозь фильтр собственных интересов и потребностей.

– Люди уделяют внимание только отдельным аспектам интересующей их информации.

– Особенности человеческого восприятия таковы, что информация интерпретируется скорее субъективно, нежели объективно.

– Люди часто видят и слышат то, что ожидают увидеть или услышать, а не то, что есть на самом деле.

Другими словами, воспринятое человеком сообщение не всегда отражает то, что в него вложил отправитель. Более того, если переданная информация не отличается полнотой, а получатель к тому же воспринимает ее частично, между людьми может возникнуть опасное непонимание.

В процессе восприятия сообщения человек подвергается воздействию различных факторов, которые способны повлиять на адекватность понимания, такие как:

– Сложившееся мнение. Если получатель сообщения полагает, что человек не разбирается в том, о чем пишет, или источник сведений нельзя назвать надежным, вряд ли получатель поверит информации.

– Предубеждение. У каждого свой взгляд на вещи, поэтому человек склонен больше верить тому, с чем он согласен.

– Настроение. Если у получателя плохое настроение, то даже в хорошей новости он обязательно найдет отрицательные стороны. Если же получатель в хорошем настроении, даже самые плохие новости покажутся ему не такими страшными.

Таким образом, всегда надо учитывать (даже если отправитель убежден, что построил сообщение правильно и описал проблему во всех деталях), как человек может воспринять информацию, какие моменты он может усвоить при любом из вышеперечисленных факторов, а о каких может даже не вспомнить.

Нельзя забывать, что ваше сообщение может стать достоянием не только вашей группы, но и других пользователей.

Можно сделать вывод, что для правильного общения в социальных сетях сообщение должно быть точно передано и точно воспринято. Всегда надо понимать, что связь в общении устанавливает не отправитель, а получатель, т.к. отправитель

сообщения только пишет и ждет, когда ему ответят и правильно интерпретируют его сообщение.

Кейт Кинан, дипломированный психолог со степенью бакалавра, магистр философии, в своей книге «Эффективное общение» вывел несколько правил по правильному общению. Эти правила подойдут и для обмена информацией в социальных сетях:

1) мысленно выстроить высказывание (сообщение), прежде чем произнести его вслух (написать);

2) тщательно взвешивать и подбирать слова, которые услышат (прочтут) окружающие;

3) точно формулировать то, что вы имеете в виду, чтобы вас можно было понять;

4) умело пользоваться словарным запасом и грамматическим строем языка;

5) к месту использовать образные выражения, лирические отступления, иносказания, шутки – все, что помогает донести до слушателя вашу мысль;

6) понимать, что ваша личная заинтересованность может повлиять на то, как вы передаете информацию;

7) осознавать, что ваша необъективность или особенности настроения могут сказаться на точности восприятия сообщений;

8) помнить, что про общение можно говорить, только если есть ответная реакция слушателя[8].

4. Основы ведения форумов, организуемых государственными органами и органами местного самоуправления.

Форум – это общение по определенной тематике, т.е. на форуме обсуждают какую-то определенную тему. Также форум – это место в интернете, где собираются люди, которых объединяет одна идея и интересующая тема.

Форум является частью какого-либо сайта.

Чтобы найти форум на интересующую тему, можно воспользоваться поисковой системой или определенным сайтом, на котором проводится форум.

Для того чтобы попасть на форум, обязательно надо зарегистрироваться, есть форумы, на которые допускают анонимов, но зачастую к ним плохо относятся, т.к чаще всего под анонимом скрываются тролли¹ и спамеры².

Тематика форума строго определена правилами оффтоп,³ допускается только в предназначенных для этого разделах.

Обычно форум идет в дополнение к обычному статическому сайту, наполняемому его владельцами или узким кругом лиц.

Например: сайт «ФЕДЕРАЛЬНАЯ НАЛОГОВАЯ СЛУЖБА» – <https://www.nalog.ru/rn12/sitemap/>, (рисунок 2).

¹ Троллинг – форма социальной провокации в сетевой коммуникации, использующаяся как персонафицированными участниками, заинтересованными в большей узнаваемости, публичности, эпатаже, так и анонимными пользователями без возможности их идентификации/Мой словарь [Электронный ресурс]/ <http://moyslovar.ru>

² Спамер – пользователь, рассылающий спам по интернету, локальным сетям, системам сотовой связи/Мой словарь [Электронный ресурс]/ <http://moyslovar.ru>

³ Сетевой этикет (сетикет, нетикет – неологизм, является слиянием слов «сеть» (англ. net) и «этикет») – правила поведения, общения в Сети, традиции и культура интернет-сообщества, которых придерживается большинство/Мой словарь [Электронный ресурс]/ <http://moyslovar.ru>

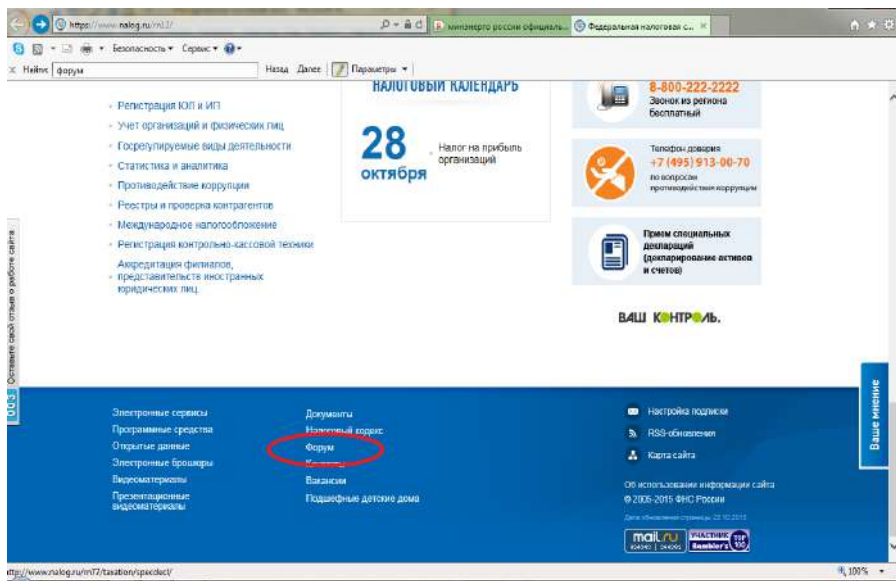


Рисунок 2 – Форум на сайте ФНС

Для того чтобы принять участие в форуме, в одной из открытых тем, обязательно надо зарегистрироваться на сайте (рисунок 3). Иначе вы получите сообщение (рисунок 4).

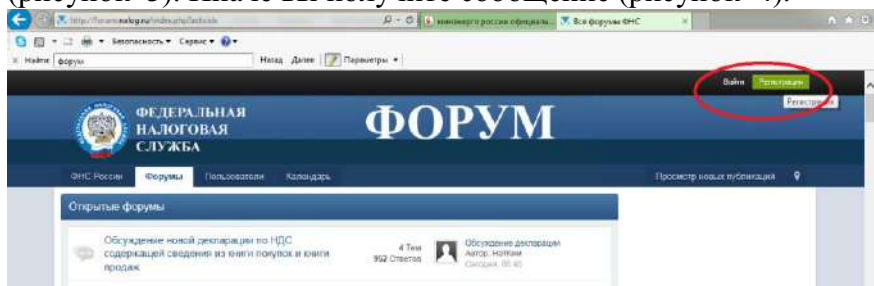


Рисунок 3 – Регистрация на форуме ФНС

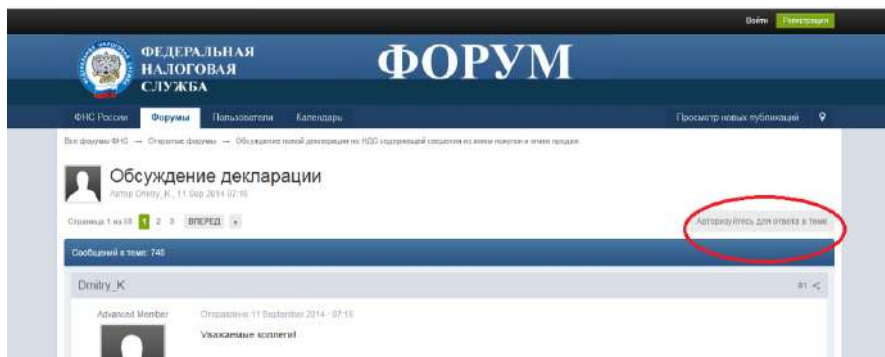


Рисунок 4 – Просьба авторизоваться, для того чтобы принять участие в обсуждении темы

Также на сайте можно найти форумы УФНС, в частности Республики Марий Эл (рисунок 5).

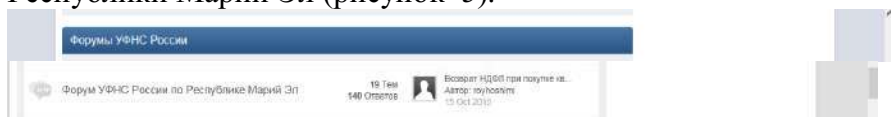


Рисунок 5 – ссылка на форум УФНС Республики Марий Эл

Ведение форума требует постоянного контроля. Обычно создание форума требует наполнение ресурса и модерацию форума.

Модерация представляет собой редактирование материалов, отслеживание и удаление ненужной, ошибочной информации, фиксацию нарушения правил пользования форумом (правила утверждаются владельцем сайта, на котором проводится форум), применение штрафных санкций к нарушителям. Модерации подлежат прежде всего нетематические заметки, флуд¹, оскорбления в адрес пользователей, реклама и спам² (если иное не предусмотрено правилами форума). Профессиональные

¹ Флуд – нетематические сообщения в интернет-форумах и чатах, зачастую занимающие большие объемы, [Электронный ресурс]/<http://glossary.ccteam.ru/f/flud.html>

² Спам – рассылка коммерческой и иной рекламы или подобных коммерческих видов сообщений лицам, не выразившим желания их получать [Электронный ресурс]/<http://glossary.ccteam.ru/s/spam.html>

модераторы структурируют коммуникационный раздел, обеспечивают соблюдение правил его использования.

Текстовые материалы в разделе подаются в формате актуальных тем для обсуждений, свежих новостей, уведомлений о важных событиях, касающихся деятельности компании. Наполнение может быть выполнено путем репостинга¹ и постинга². Для того чтобы увеличить число посетителей, модераторам надо грамотно разработать темы и сообщения, которые позволяют собирать трафик по низкочастотным запросам. Правильно выбранная и названная тема – это ключевой запрос, по которому будут заходить посетители форума. Форум будет привлекать к себе внимание только тогда, когда на нем будет возможность дискутировать на ту или иную тему.

Общие правила пользования форумом

Одно из ключевых правил: общаясь на форуме, будьте взаимно вежливы и культурны.

Запрещается:

1. Нецензурная брань.
2. Личные оскорбления участников форума в любом виде.
3. Высказывания расистского толка, призывы к свержению власти насильственным путем, разжигание межнациональной розни³.
4. Проявления религиозной, расовой, половой и прочей нетерпимости или дискриминации.
5. Злоупотребление крупными кодами, текстами, цитатами, подписями и пр.
6. Запрещается публикация сообщений, наносящих моральный или любой другой урон любому лицу (юридическому или физическому).

¹ Репостинг – это абсолютная копия поста, уже существующего где-то в Твиттере или Живом Журнале, на каком-либо форуме [Электронный ресурс]/ <http://dic.academic.ru/>

² Постинг – это процесс написания коротких сообщений (постов) на специально предназначенных для этого ресурсах [Электронный ресурс]/ <http://dic.academic.ru/>.

³ Закон от 25 июля 2002 г. № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности» // СПС «КонсультантПлюс».

7. Указывать другим участникам на нарушение ими Правил. Это преимущество модератора.

8. Запрещается использовать в имени (нике) адреса веб-сайтов, грубые и нецензурные выражения, а также больше 70% ЗАГЛАВНЫХ букв в длинных никах.

9. Создавать темы, имеющие в названии более 70% ЗАГЛАВНЫХ БУКВ, (у собеседника может сложиться мнение, что Вы на него кричите).

10. Создание тем, дублирующих ранее созданные и незакрытые по тематике.

11. Создание тем, не соответствующих тематике раздела форума, на котором они были созданы [оффтопик¹].

12. Размещение сообщений, не соответствующих теме, в которой они размещаются [оффтопик].

13. Размещение бессодержательных сообщений, не несущих смысловой нагрузки (например, сообщения, содержащие только смайлики), за исключением сообщений выражающих эмоции, вроде «спасибо» и т.д., а также за исключением специальных тем [флейм²].

14. Совершение любых попыток нарушения нормальной работы форума и сайта.

15. Осуществление прямой рекламы в сообщениях.

16. Любое коммерческое использование материалов форума. Некоммерческое использование материалов форума допускается только при упоминании форума как источника информации, а также имени (псевдонима) и e-mail адреса (если доступен) автора информации.

17. Использование форума для личной переписки (согласитесь, чат и почта для этого гораздо больше подходит).

18. Иметь несколько ников³.

¹ Оффтопик – сетевое сообщение, выходящее за рамки заранее установленной темы общения или комментариев в дискуссии, не имеющий отношения к обсуждаемому вопросу [Электронный ресурс]/ <http://dic.academic.ru/>

² Флейм – «спор ради спора», обмен сообщениями в местах многопользовательского сетевого общения [Электронный ресурс]/ <http://dic.academic.ru/>.

³ Ник – это идентификационное имя в интернете [Электронный ресурс]/ <http://dic.academic.ru/>

19. Помещение сообщений, содержащих заведомо ложную информацию, клевету, а также нечестные приемы ведения дискуссий в виде «передергиваний» высказываний собеседников, правки/удаления своих собственных сообщений с целью исказить/скрыть их первоначальный смысл, а также провокаций, направленных на участников конференции, в результате чего могут быть нарушены данные Правила.

20. Обсуждение действий администрации и модераторов форума.

21. Обсуждение тем, закрытых/удаленных администрацией. Для связи с администрацией пользуйтесь электронной почтой или личными сообщениями.

При игнорировании вышеприведенных правил могут применяться следующие меры и взыскания:

- предупреждение (максимум 2 раза);
- отключение участника форума [бан]¹.

Рекомендации:

1. Заголовок созданной темы должен точно отображать суть обсуждения.

2. Выразать свои мысли развернуто и понятно.

3. Сообщения должны быть грамотными.

4. Если вы в первый раз на форуме – почитайте архив старых сообщений.

5. Нельзя вести личную переписку. Для этого есть e-mail.

6. Если вы допустили ошибку – поместили сообщение не в тот форум, сделали ненужную копию сообщения и пр., не пишите дополнительных сообщений с просьбами исправить вашу ошибку, извинениями и прочим. Не акцентируйте внимание посетителей на таких мелочах, модераторы разберутся самостоятельно.

7. Не разглашайте свой пароль доступа к форуму.

8. Заголовок сообщения не должен превышать 2/3 строки.

9. Вы можете подписываться ником или реальным именем.

¹ Бан – один из принятых в интернете способов контроля над действиями пользователей [Электронный ресурс]/ <http://dic.academic.ru/>

10. Вы должны учитывать специфику такой формы общения, как форум и четко понимать ее отличие от чата. В форуме все сообщения хранятся неограниченное время, в то время как в чате они существуют лишь в течение нескольких часов. Поэтому в форуме принято создавать сообщения, представляющие не сиюминутный интерес (особенно только для отдельных участников), а сообщения, которые интересно будет читать всем посетителям и через несколько месяцев после их написания. Таким образом, использовать Форум в качестве чата категорически запрещено.

11. Не злоупотребляйте тегом «Цитата», при использовании цитат не забывайте отрезать лишнее.

Права модераторов форума:

1. В случаях несоблюдения пользователями правил участия на форуме, модераторы имеют право изменять, удалять и перемещать в другой раздел их сообщения, изменять персональную информацию пользователей и выносить предупреждения пользователям.

2. Модераторы совместно с администратором форума принимают решение о бане того или иного пользователя при несоблюдении пользователем правил пользования форумом.

3. Модераторы соблюдают правила пользования форумом согласно своему разумению.

4. Предложения по работе модераторов и модераторства вообще не обсуждаются иным образом, кроме как в специально установленной для этого теме в разделе или по e-mail.

5. Модератор имеет право редактировать или полностью удалять сообщения. В частности, изменять некорректную тему на более подходящую.

6. При тяжких или многократных нарушениях блокировать доступ участника к форуму.

5. Методы и приемы оперативного реагирования государственных органов и органов местного самоуправления на критику в социальных сетях

Критика в соцсетях – безответственное проявление вербальной агрессии.

Неправильная реакция на критику

1. Оправдания. В ответ на критику человек начинает писать, что он не виноват, что он хороший, что замечание несправедливо. Оправдания чаще всего никому не нужны, их не хотят ни слушать, ни тем более читать.

2. Контратака. «А вы на себя посмотрите».

В ответ на критику человек сам начинает критиковать, т.е. следовать поговорке «Лучшая защита – нападение». Контратака всегда провоцирует конфликт. Если хотите прийти к конфликту – атакуйте.

3. Молчание. Прочитал сообщение с критикой и оскорблениями и ничего не ответил. Но это неверно, молчание в ответ на бурные эмоции очень раздражает некоторых людей и, следовательно, может привести к конфликту.

Правила реагирования на критику в социальных сетях

1. Спокойствие, только спокойствие. Критика, как правило, несет в себе негативный оттенок. Недовольный перепиской оппонент написал развернутый, злой комментарий на ваше сообщение. Как поступить?

Критика состоит из двух составляющих: основы, т.е. повода для критики, и эмоциональной части, которая усиливает первую составляющую. Перед вами стоит задача отличить первое от второго.

2. **Реверанс.** Ваше сообщение и вас вместе с ним назвали грубым, натерпимым и т.п.? Скажите спасибо. Вашу структуру считают недобросовестной? Обещайте учесть пожелания. Вас или вашего коллегу назвали хамом? Извинитесь за себя и за него. Обещайте, клянитесь разобраться в ситуации.

3. **На войне как на войне.** Ошибка, которую совершает в социальной сети критикуемый, – начать переругивание, что, как правило, приводит к словесной войне, этим привлекая любопытных до ругательств пользователей, которые, как правило, тоже начинают вступать в полемику, не разбираясь, кто прав, кто виноват; виноватым, как правило, окажетесь вы. Репутация обоих участников тает на глазах, они превращаются в клоунов. Нельзя реагировать на критику в тоне, в котором она задана. Не надо писать обвинительных ответов, не уличайте критика во лжи, даже если он откровенно врет. Просто действуйте очень вежливо. Один вежливый ответ по существу – и пыл критика растает.

4. **Инструктаж сотрудников.** Не привлекайте какого-либо сотрудника вместо себя для ответа на критику. Лучше коллективно обсудить, как каждый будет реагировать на критику своих сообщений. Надо выработать политику вежливости и корректности в такой ситуации.

5. **Отслеживание критики.** Своевременное реагирование – это лучшее реагирование на критику. Если вы заметили, что о вас начали негативно писать, отслеживайте критику в блогах и «Твиттере», «ВКонтакте» и «Facebook». Попросите коллег сообщать вам обо всей критике в сети. Также привлечите к этому знакомых и друзей.

6. **Нельзя молчать.** Если своевременно не реагировать на критику, она обязательно обрстет комментариями и наблюдениями других пользователей, оказавшихся в подобной

ситуации. Проще отреагировать сразу, чем потом суметь очень вежливо и корректно от нее избавиться.

7. Сделать из врага союзника. Сделайте первый шаг навстречу недовольным. Не верят ни единому вашему слову? Пригласите к себе в ведомство. Отправьте на сайт, где подробно разобран конфликтный вопрос. Считают, что ваш коллега ему хамил? Попросите его телефон и свяжитесь с ним лично, не каждый будет язвить и оскорблять по телефону, так как это уже прямое общение, а не обезличенное. Иногда надо потратить несколько минут на прямое общение и обещание разобраться в проблеме, чтобы оппонент почувствовал свою нужность.

8. Итоговый отчет. Ответ на критику – это не отписка в социальных сетях – это отчет о решениях и результатах, которые были приняты после обращения. Будьте предельно просты и объективны. Обязательно поблагодарите обратившегося, скажите честно и прямо, что вы не нашли оснований для принятия решений, однако обещаете в будущем обязательно учесть критику.

6. Вопросы обеспечения информационной безопасности при раскрытии данных государственными органами и органами местного самоуправления

На современном этапе развития общества возрастает роль информационной сферы, которая представляет собой совокупность информации, информационной инфраструктуры, субъектов, осуществляющих сбор, формирование, распространение и использование информации, а также системы регулирования возникающих при этом общественных отношений. Информационная сфера активно влияет на многие составляющие безопасности Российской Федерации. И в целом национальная безопасность Российской Федерации существенным образом зависит от обеспечения информационной безопасности.

Одной из основных задач информационной безопасности является необходимость повысить безопасность информационных систем, включая сети связи, прежде всего безопасность первичных сетей связи и информационных систем федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, финансово-кредитной и банковской сфер, сферы хозяйственной деятельности, а также систем и средств информатизации вооружения и военной техники, систем управления войсками и оружием, экологически опасными и экономически важными производствами.

Согласно Доктрине¹, под информационной безопасностью Российской Федерации понимается состояние защищенности ее национальных интересов в информационной сфере, определяющихся совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства.

¹ Доктрина информационной безопасности (утв. Президентом РФ 09.09.2000 N Пр-1895)

Угрозами безопасности информационных и телекоммуникационных средств и систем, как уже развернутых, так и создаваемых на территории России, могут являться:

- противоправные сбор и использование информации;
- нарушения технологии обработки информации;
- внедрение в аппаратные и программные изделия компонентов, реализующих функции, не предусмотренные документацией на эти изделия;
- разработка и распространение программ, нарушающих нормальное функционирование информационных и информационно-телекоммуникационных систем, в том числе систем защиты информации;
- уничтожение, повреждение, радиоэлектронное подавление или разрушение средств и систем обработки информации, телекоммуникации и связи;
- воздействие на парольно-ключевые системы защиты автоматизированных систем обработки и передачи информации;
- компрометация ключей и средств криптографической защиты информации;
- утечка информации по техническим каналам;
- внедрение электронных устройств для перехвата информации в технические средства обработки, хранения и передачи информации по каналам связи, а также в служебные помещения органов государственной власти, предприятий, учреждений и организаций независимо от формы собственности;
- уничтожение, повреждение, разрушение или хищение машинных и других носителей информации;
- перехват информации в сетях передачи данных и на линиях связи, дешифрование этой информации и навязывание ложной информации;
- использование несертифицированных отечественных и зарубежных информационных технологий, средств защиты информации, средств информатизации, телекоммуникации и

связи при создании и развитии российской информационной инфраструктуры;

- несанкционированный доступ к информации, находящейся в банках и базах данных;

- нарушение законных ограничений на распространение информации.

Кроме этого, существует общедоступная информация или открытые данные – это данные, находящиеся в свободном доступе для многократного использования.

Постановление Правительства Российской Федерации¹ раскрывает ряд правил отнесения информации к общедоступной информации, а также правила обязательного размещения органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления общедоступной информации о деятельности органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, созданной указанными органами или поступившей к ним при осуществлении полномочий по предметам ведения Российской Федерации и полномочий Российской Федерации по предметам совместного ведения Российской Федерации и субъектов Российской Федерации, переданных для осуществления органам государственной власти субъектов Российской Федерации или органам местного самоуправления, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в форме открытых данных.

Согласно этому же Постановлению отнесение информации к общедоступной информации, размещаемой государственными органами и органами местного самоуправления в сети «Интернет» в форме открытых данных, осуществляется с учетом законодательства Российской Федерации о государственной тайне, законодательства Российской Федерации об информации,

¹ Постановление от 10 июля 2013г. N 583 «Об обеспечении доступа к общедоступной информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети “Интернет” в форме открытых данных» // СПС «КонсультантПлюс».

информационных технологиях и о защите информации и законодательства Российской Федерации о персональных данных.

К общедоступной информации, размещаемой государственными органами и органами местного самоуправления в сети «Интернет» в форме открытых данных, не может быть отнесена информация о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, если в установленном законом порядке указанная информация отнесена к информации ограниченного доступа.

Решение о возможности отнесения информации к общедоступной информации, размещаемой государственными органами и органами местного самоуправления в сети «Интернет» в форме открытых данных, принимается государственным органом или органом местного самоуправления, в результате деятельности которых создается либо к которым поступает соответствующая информация.

Решение о возможности отнесения содержащейся в государственных информационных системах информации к общедоступной информации, размещаемой государственными органами и органами местного самоуправления в сети «Интернет» в форме открытых данных, принимается государственным органом и (или) органом местного самоуправления, обеспечивающими эксплуатацию (ведение) государственной информационной системы, если иное не предусмотрено нормативным правовым актом, регламентирующим функционирование соответствующей государственной информационной системы.

Обязательному отнесению к общедоступной информации, размещаемой государственными органами и органами местного самоуправления в сети «Интернет» в форме открытых данных, подлежит информация, включенная:

а) в перечень общедоступной информации о деятельности федеральных государственных органов, руководство деятельностью которых осуществляет Правительство Российской Федерации, и подведомственных им федеральных

государственных органов, размещаемой в сети «Интернет» в форме открытых данных, формируемый Правительственной комиссией по координации деятельности открытого правительства и утверждаемый распоряжением Правительства Российской Федерации (для федеральных органов исполнительной власти);

б) в перечень общедоступной информации о деятельности органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, созданной указанными органами или поступившей к ним при осуществлении полномочий по предметам ведения Российской Федерации и полномочий Российской Федерации по предметам совместного ведения Российской Федерации и субъектов Российской Федерации, переданных для осуществления органам государственной власти субъектов Российской Федерации или органам местного самоуправления, размещаемой в сети «Интернет» в форме открытых данных, формируемый Правительственной комиссией по координации деятельности открытого правительства и утверждаемый распоряжением Правительства Российской Федерации (для органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления при осуществлении ими полномочий по предметам ведения Российской Федерации и полномочий Российской Федерации по предметам совместного ведения Российской Федерации и субъектов Российской Федерации, переданных для осуществления указанным органам);

в) в перечни общедоступной информации о деятельности органов государственной власти субъектов Российской Федерации, иных государственных органов и органов местного самоуправления, размещаемой в сети «Интернет» в форме открытых данных (для органов государственной власти субъектов Российской Федерации, иных государственных органов, органов местного самоуправления), утверждаемые соответственно правовым актом органа государственной власти субъекта Российской Федерации, правовым актом иного

государственного органа, правовым актом уполномоченного органа местного самоуправления городского округа и муниципального района.

Были разработаны методические рекомендации по раскрытию данных.¹

Процедура раскрытия данных должна проходить не только в соответствии с законами и постановлениями Российской Федерации, но и учитывать принципы, определенные международными стандартами открытых данных:

1) полнота – открытыми должны быть все государственные данные (за исключением данных, которые подпадают под ограничения доступа, определенные законом);

2) первичность – публикуются первичные данные, возможна публикация объединенных или преобразованных данных с обязательной детализацией до первичных данных;

3) актуальность – данные публикуются так быстро, насколько это необходимо для сохранения их актуальности;

4) доступность – данные должны быть доступны для широкой аудитории и для самых разнообразных целей без идентификации и регистрации;

5) машиночитаемость – данные должны быть представлены в электронном структурированном виде для последующей автоматизированной обработки;

б) открытые форматы – данные публикуются в открытых форматах, для чтения которых не требуется исключительных средств;

7) без лицензий – данные не подлежат положениям авторского права, товарных знаков, патентов и торговых

¹ "Методические рекомендации по публикации открытых данных государственными органами и органами местного самоуправления и технические требования к публикации открытых данных" (утв. протоколом заседания Правительственной комиссии по координации деятельности открытого правительства от 04.06.2013 N 4 // СПС «КонсультантПлюс».

секретов. Ограничения на конфиденциальность, безопасность и доступность к данным реализуются в соответствии с законодательством Российской Федерации.

При раскрытии данных необходимо учитывать Закон о персональных данных¹, который регулирует отношения, связанные с обработкой персональных данных, осуществляемой федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, иными государственными органами, органами местного самоуправления, иными муниципальными органами, юридическими лицами и физическими лицами с использованием средств автоматизации, в том числе в информационно-телекоммуникационных сетях, или без использования таких средств, если обработка персональных данных без использования таких средств соответствует характеру действий (операций), совершаемых с персональными данными с использованием средств автоматизации, то есть позволяет осуществлять в соответствии с заданным алгоритмом поиск персональных данных, зафиксированных на материальном носителе и содержащихся в картотеках или иных систематизированных собраниях персональных данных, и (или) доступ к таким персональным данным.

При использовании открытых данных особое внимание необходимо обратить на статью 8, посвященную общедоступным источникам персональных данных:

1. В целях информационного обеспечения могут создаваться общедоступные источники персональных данных (в том числе справочники, адресные книги). В общедоступные источники персональных данных с письменного согласия субъекта персональных данных могут включаться его фамилия, имя, отчество, год и место рождения,

¹ Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О персональных данных» // СПС «КонсультантПлюс».

адрес, абонентский номер, сведения о профессии и иные персональные данные, сообщаемые субъектом персональных данных.

2. Сведения о субъекте персональных данных должны быть в любое время исключены из общедоступных источников персональных данных по требованию субъекта персональных данных либо по решению суда или иных уполномоченных государственных органов.

Надо отметить, что на сайте «Открытое правительство» <http://open.gov.ru/openministry/> находятся все стандарты и документы открытости, например, стандарт открытости «Технология открытости государства и качества жизни граждан». Стандарт открытости содержит набор основных механизмов и инструментов:

- 1) работа с референтными группами ведомства;
- 2) принятие планов деятельности на 2013-2018 гг. и годовой публичной декларации целей и задач;
- 3) размещение информации о деятельности, в том числе на сайте ведомства;
- 4) публичная отчетность;
- 5) независимая антикоррупционная экспертиза и общественный мониторинг правоприменения;
- 6) обеспечение понятности нормативно-правового регулирования;
- 7) работа с открытыми данными;
- 8) взаимодействие с общественным советом;
- 9) взаимодействие со СМИ;
- 10) работа с обращениями граждан, общественных объединений и предпринимательского сообщества.

Список использованных источников

1. Указ Президента РФ от 07.05.2012 № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» // СПС «КонсультантПлюс».

2. Распоряжение Правительства РФ от 30.01.2014 № 93-р «Об утверждении Концепции открытости федеральных органов исполнительной власти» // СПС «КонсультантПлюс».

3. Концепция формирования механизма публичного представления предложений граждан Российской Федерации с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для рассмотрения в Правительстве Российской Федерации предложений, получивших поддержку не менее 100 тыс. граждан Российской Федерации в течение одного года (утв. Правительством РФ) // СПС «КонсультантПлюс».

4. "Методические рекомендации по реализации принципов открытости в федеральных органах исполнительной власти" (утв. протоколом заочного голосования Правительственной комиссии по координации деятельности открытого правительства от 26.12.2013 N АМ-ПЗ6-89пр), [Электронный ресурс]/ <http://base.consultant.ru/>

5. Асланов Т.А. Десять правил реагирования на критику в сети / Т.А. Асланов // Бизнес-дайджест Живого Журнала. Самые интересные публикации о бизнесе. – URL: <http://business-digest.livejournal.com/51911.html>.

6. Блог об эффективном управлении продажами. – URL: www.supersales.ru.

7. Губанов Д.А. Модели влияния в социальных сетях / Д.А. Губанов, Д.А. Новиков, А.Г. Чхартишвили // УБС. – 2009. – № 27. – С. 205-281.

8. Кейт К. Эффективное общение / К. Кейт. – М.: Эксмо, 2006. – С. 80.

9. Храмцовская Н.А. Расширение работы органов государственной власти в социальных сетях: что показывают пилотные проекты «Открытого правительства»? / Н.А. Храмцовская. – URL: http://rusrim.blogspot.ru/2014/05/blog-post_6275.html.

Список социальных сетей

1. **Победа** – Новая социальная сеть России.

Благотворительность

2. **myYearbook** – Благотворительная социальная сеть.

Блоги

3. **Blogger** – Блогосфера от Google, одна из ведущих в мире.
4. **LiveJournal** – ЖЖ – живой журнал, ведущая блогосфера.
5. **Squiper** – Личный онлайн-дневник, в котором можно делиться мыслями, видеороликами, фотографиями и музыкой.
6. **QIP** – Блоги онлайн, социальная сеть от РБК.
7. **HappyBai** – Блог для людей с инвалидностью.

Ведущие

8. **ВКонтакте** – Ведущая социальная сеть России.
9. **«Facebook»** – Ведущая социальная сеть в мире.
10. **Google+** – Глобальная от Google.
11. **SocI** – Социальная сеть от Microsoft.

Вики

12. **Циклопедия** – Универсальная нейтральная вики, которую создаете вы.

Женские

13. **CozyCot** – Социальная сеть для женщин востока.
14. **DailyStrength** – Медицинская социальная сеть о физическом и психическом здоровье.
15. **Кафемам.ру** – Социальная сеть для мам, помощь в воспитании и обеспечении ребенка, интересная информация, полезные темы, обсуждения, консультация.
16. **Поваренок.Ру** – Социальная кулинарная сеть: блоги, рецепты, рейтинги, форум.
17. **crazymama.ru** – Социальная сеть молодых мам, общение и обмен опытом.
18. **Ека мама** – Социальная сеть о беременности и родах (Екатеринбург).
19. **Маам** – Социальная сеть работников дошкольного образования.

20. **Мини банда** – Женская социальная сеть о маленьких детях.

21. **PatientsLikeMe** – Интернет-сообщество для пациентов с изменяющими жизнь болезнями для поиска других пациентов, обмена данными с ними.

22. **Beauty World** – Социальная сеть индустрии красоты.

Закрытые

23. **Парламентский портал** – Закрытая соцсеть депутатов – инструмент взаимодействия между депутатами всех уровней и экспертами. Простые пользователи могут оценивать инициативы лишь в режиме чтения.

24. **Dol2day** – Политическое сообщество.

25. **ResearchGate** – Социальная сеть для ученых.

26. **Social Science Research Network** – Социальная сеть для ученых.

27. **ГосБук** – Социальная сеть госслужащих: профессиональные группы, общества по роду занятия, новости, мероприятия, блоги.

28. **E-xecutive.ru** – Деловая социальная сеть топ-менеджеров и руководителей разного уровня.

Знание

29. **ClassNet** – Социальная сеть для школьников.

30. **Epernicus** – Ученые и исследователи.

31. **italki.com** – Учим иностранные языки в социальной сети.

32. **Livemocha** – Изучаем иностранные языки.

33. **Дневник** – Школьная образовательная сеть, ведение дневника, журнала.

34. **SciPeople** – Социальная научная сеть, научные работы, обсуждения, комментарии и многое другое в научной сфере.

35. **Деревня-online.Ru** – Социальная сеть о русской деревне.

36. **nsportal.ru** – Социальная сеть работников образования, обучающие программы и литература для преподавателей.

37. **RusEdu** – Сообщество педагогов, социальная сеть русских учителей.

38. **Busuu** – Сообщество изучения языков.

39. **Wepolls.com** – Социальная сеть опросов.

Интересы

40. **Lifeknot** – Социальная сеть, объединяющая по хобби.
41. **LinkExpats** – Социальная сеть для экспатриантов. Более 100 стран.
42. **Начеку** – Интеллектуальная социальная сеть для интровертов.

Искусство

43. **Lafango** – Мы ищем таланты.
44. **Taltopia** – Интернет-художники.
45. **Zoopra** – Мы ищем таланты.
46. **gallerix** – Социальная сеть об искусстве: живопись, картины, репродукции.
47. **Неизвестный гений** – Социальная сеть для творческих людей: художников, музыкантов, литературоведов, фотографов и т.д.

ИТ

48. **Wakoopa** – Социальная сеть для компьютерных фанатов.
49. **Хабрахабр** – Новости ИТ, возможность публикации профессиональных статей, ведения личных и общих блогов, обсуждение на интересующие темы в области ИТ.

Книголюбы

50. **Elftown** – для любителей научной фантастики.
51. **Goodreads** – Книжный каталог.
52. **Bookmix** – Отзывы и рецензии на книги. Заведите свою личную библиотеку, добавляйтесь и общайтесь в группах по интересам, делитесь своим мнением с другими.
53. **LiveLib** – для любителей читать или писать книги.
54. **Бизона** – Литература, музыка, живопись. Сайт предоставляет широкие возможности для публикации текстов, размещения фотографий, иллюстраций, личного общения, продвижения собственного творчества.
55. **Читальня** – Литературная социальная сеть. Общение для поклонников русского языка и стихов.
56. **Моя библиотеку** – Социальная сеть для тех, кто любит читать.

57. **Стихи.ру** – Один из самых крупных сайтов на русском языке, посвященный стихам. Здесь авторы могут выкладывать свои стихи, получать оценки и отзывы.

58. **X-Libris** – Социальная сеть библиофилов, любителей книг.

Микроблоги

59. **FitFinder** – Британские анонимные студенческие микроблоги.

60. **Sina Weibo** – Социальный сайт микроблогов в Китае.

Мобильные

61. **FullCircle** – Геосоциальные сети и услуги на основе определения местоположения; портал для мобильных устройств.

62. **Spaces** – Русская социальная сеть, ориентирована на пользователей мобильных телефонов.

Музыка

63. **Myspace** – Ведущая музыкальная социальная сеть.

64. **Икра** – Музыкальная соцсеть.

65. **ShareTheMusic** – Музыкальное сообщество. Обмениваться и слушать музыку можно бесплатно и легально.

Новости

66. **Новая Россия** – Гражданская социальная сеть, созданная для объединения людей, имеющих самые разные политические взгляды.

67. **Newsland** – Новостная социальная сеть, обсуждение мировых новостей.

68. **Russia.ru** – Новостная социальная сеть. Свой взгляд на проблемы России.

69. **YouSmi.by** – Новостная социальная сеть, фото с места новостей.

Общение

70. **МирТесен!** – Социальная сеть друзей.

71. **Chirp.io** – Информация передается с помощью двухсекундных звуковых фрагментов – получается что-то вроде громкоговорителя, в который можно «кричать» все, что угодно, включая картинки, видео и сообщения.

72. **Вспомни** – Вспомни о старых знакомых, о земляках, ищи новых друзей, новых людей по интересам. Загружай фото и видеофайлы.

73. **Гайдпарк** – Можно пообщаться со сверстниками, завести свой блог, добавлять статьи, заметки, комментарии, создавать опросы, делиться фото. На сайте много блогов известных политиков и журналистов.

74. **Ваши соседи** – Сайт о ваших соседях. Выкладывайте информацию о себе и знакомьтесь с соседями.

Питомцы

75. **Dogster.ru** – Социальная сеть для собаководов, каталог пород собак с подробным описанием, дневник своего питомца, рейтинги, анкета с подробной информацией.

76. **Catster** – Социальная сеть для тех кто любит кошек. Размещайте фото кошек, рассказывайте кошачьи истории, заводите новых друзей (кошек)!

Подростковые

77. **Подружки** – Социальная сеть подростков, общение, конкурсы, фотографии, индивидуальные интересы. Сайт для девочек, но и молодые люди тоже могут здесь общаться.

Профессиональные

78. **<http://professional.ru/>** – Деловая социальная сеть.

79. **Мой круг** – Деловая социальная сеть от Яндекса, ведущая в России.

80. **LinkedIn** – Деловые и профессиональные сети.

81. **Деловой мир** – Сайт для ведения бизнеса, полезный материал, бизнес-идеи, бизнес-советы. Поиск коллег, инвесторов, владельцев организаций, обмен опытом, поиск ответов на вопросы бизнеса.

82. **Е-штаб** – Социальная сеть для людей, работающих с людьми. Ведите свою ленту новостей, пишите статьи.

83. **Инвестор.ру** – Для инвесторов. Финансовые темы, вопросы и обсуждения.

84. **Закон** – Социальная сеть для юристов, обсуждение законов.

Региональные

- 85. **Одноклассники** – Социальная сеть в России
- 86. **Мой мир@mail.ru** – Социальная сеть от Mail.ru.

Религия

- 87. **Возрождение** – Христианская социальная сеть.
- 88. **Muslim** – Мусульманская социальная сеть.
- 89. **Xt3** – Католическая социальная сеть.

Родственные

- 90. **FamilySpace** – Генеалогическое древо, родственная сеть.
- 91. **Geni** – Генеалогическая социальная сеть.

Спорт

- 92. **DISSP** – Спортивная социальная сеть, мировые и российские новости спорта. Фото и видео, спортивные материалы, обсуждения достижений спортсменов.
- 93. **RusBody** – Социальная сеть бодибилдеров и культуристов.

Приложение 2

Инструкция по использованию социальной сети «ВКонтакте»

«ВКонтакте» – наиболее посещаемая социальная сеть в России и СНГ. Чтобы попасть на главную страницу (рисунок 1), введите в адресной строке браузера <http://vk.com>.

Чтобы начать пользоваться сетью «ВКонтакте», нужно воспользоваться моментальной регистрацией и ввести ваше имя в первой строке и фамилию в следующей, после чего можно нажать кнопку «Зарегистрироваться».

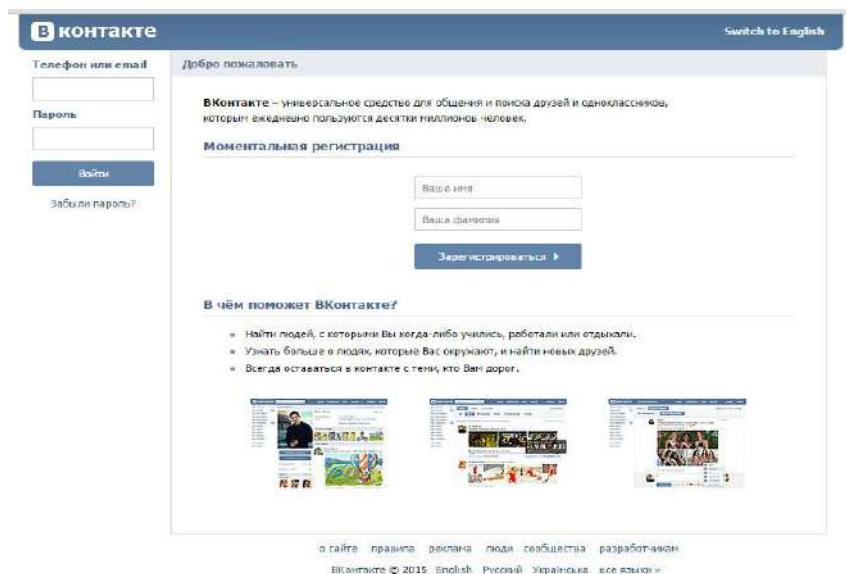


Рисунок 1 – Главная страница vk.com

После этого будет необходимо подтвердить свою регистрацию посредством введения своего номера телефона (рисунок 2) и нажатия кнопки «Получить код». Номер не будет доступен другим пользователям сети «ВКонтакте», он используется только для входа на сайт.

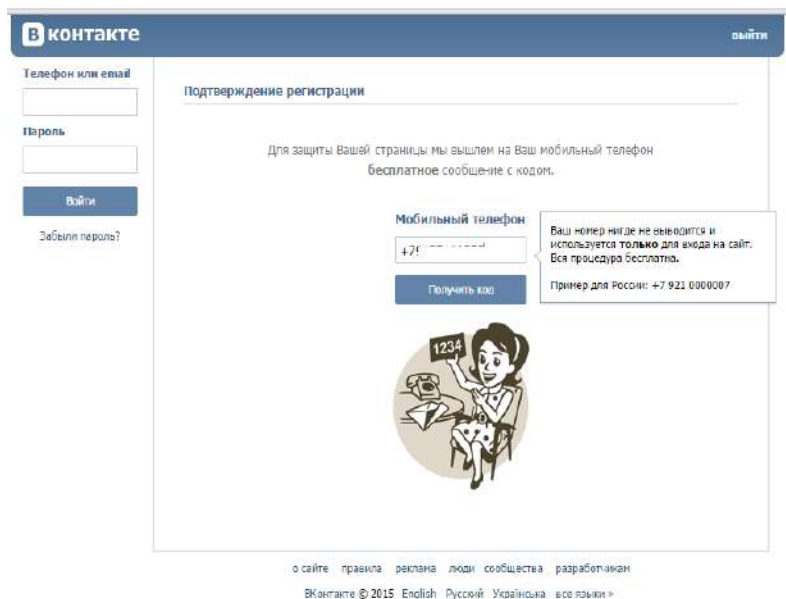


Рисунок 2 – Подтверждение регистрации

На указанный номер придет смс с кодом подтверждения, который нужно ввести в поле «Код подтверждения» (рисунок 3).

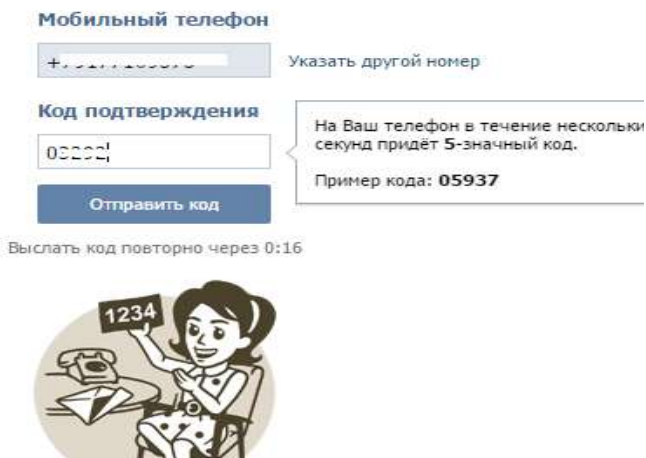
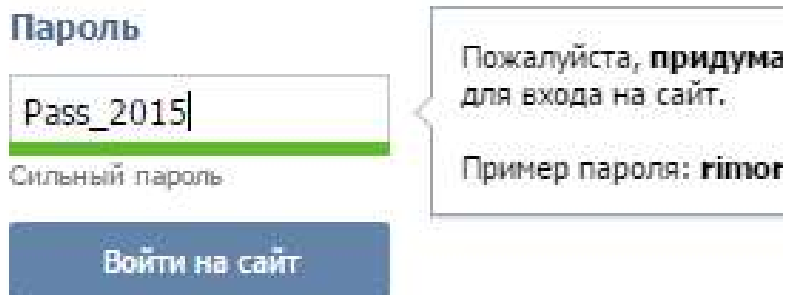


Рисунок 3 – Ввод кода для подтверждения номера телефона

Следующий шаг – придумать пароль (рисунок 4) и ввести его в соответствующее поле.

Надежность пароля будет показываться под вводимым паролем. Для надежности используйте заглавные и строчные буквы, символы и цифры.



The image shows a web form for password creation. At the top, the word "Пароль" (Password) is written in blue. Below it is a text input field containing "Pass_2015". Underneath the input field, the text "Сильный пароль" (Strong password) is displayed in green. To the right of the input field is a callout box with a speech bubble shape. Inside the callout box, the text reads: "Пожалуйста, придумайте для входа на сайт." (Please, think of one for site login.) and "Пример пароля: r1m0r" (Example password: r1m0r). Below the input field and callout box is a blue button with the text "Войти на сайт" (Log in to site).



Рисунок 4 – Ввод пароля для последующего входа в ВК

После того, как будет нажата кнопка «**Войти на сайт**», будет необходимо заполнить свои данные. Чем больше данных внесено, тем проще найти вас.

Первый шаг регистрации – поиск одноклассников. Чтобы найти своих одноклассников, введите страну и город в котором вы учились, номер школы, год выпуска и класс (рисунок 5). Этот шаг можно пропустить либо, если какие-то данные уже были введены, то ниже «ВКонтакте» предложит добавить в друзья людей, которые указали тот же город, номер школы, год выпуска и класс, и которых возможно вы знаете. Нажмите «**Перейти к следующему шагу**».

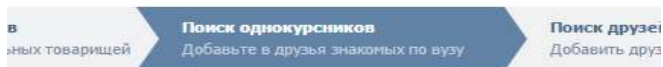


Среди 100 миллионов пользователей ВКонтакте наверняка есть Ваши одноклассники.
Давайте попробуем их найти.

Страна школы:	Россия
Город школы:	Йошкар-Ола
Школа:	Экспериментальная школ...
Год выпуска:	1999
Класс:	ж

Рисунок 5 – Поиск одноклассников

Второй шаг – поиск однокурсников. Аналогично первому шагу введите страну и город, название вуза, год выпуска, факультет и кафедру (рисунок 6). Ниже «ВКонтакте» предложит добавить в друзья людей, которые указали те же данные, и которых возможно вы знаете. Если эти люди вам знакомы можете их добавить в друзья на этом шаге регистрации «ВКонтакте». Нажмите **«Перейти к следующему шагу»**.



Скорее всего, ВКонтакте есть Ваши однокурсники.
Давайте попробуем их найти.

Страна вуза:	Россия
Город вуза:	Йошкар-Ола
Вуз:	<ul style="list-style-type: none">Выберите университетМГПИ им. Крупской (до 2008)МарГУПГТУ (бывш. МарГТУ)МОСИМОСУ (МФ)СГА (филиал)АПУ (филиал)...

Пожалуйста, назовите название вуза

Рисунок 6 – Поиск однокурсников

Третий шаг – поиск друзей в других соцсетях. На этом шаге можно найти друзей с помощью других социальных сетей, в которых вы уже регистрировались ранее (рисунок 7).



Рисунок 7 – Поиск друзей в других соцсетях

Например, вы уже зарегистрированы в «Twitter»; для поиска друзей через него, нажмите на соответствующую иконку, авторизуйтесь (рисунок 8), т.е. введите свои логин и пароль, с которыми вы заходите в «Twitter».

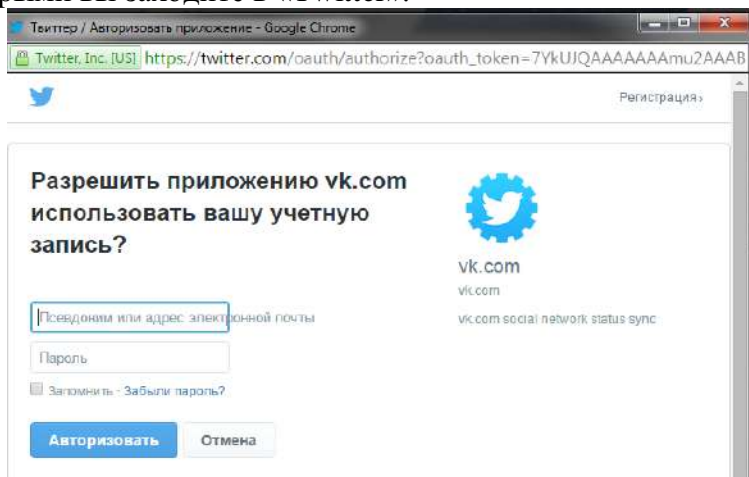


Рисунок 8 – Авторизация через «Twitter»

Аналогично можно авторизоваться через социальные сети «Facebook», «Одноклассники», Gmail и другие сервисы Google.

После авторизации будет выведен список друзей из социальной сети «Twitter», которые так же зарегистрированы в «ВКонтакте». После чего можно нажать кнопку «Перейти на мою страницу», и вы будете перенаправлены на свою страницу (рисунок 9).

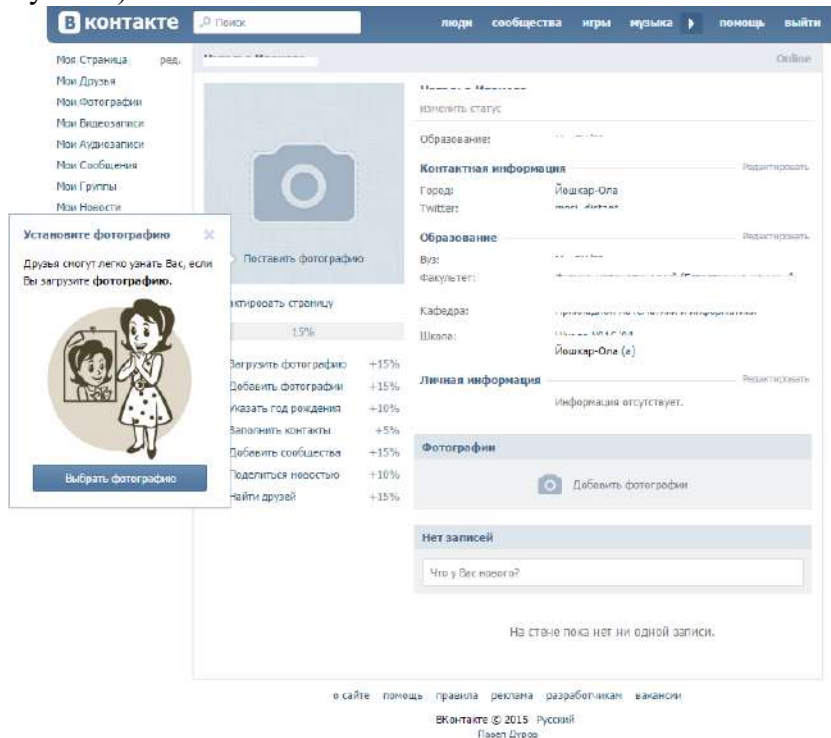


Рисунок 9 – Личная страница

Обратите внимание: в адресной строке будет указан ваш идентификационный номер **id**, который отличает один аккаунт от другого.

Дальше можно приступить к заполнению информации на своей странице. Желательно устанавливать свою настоящую фотографию, это может помочь в случае, если ваш аккаунт взломают или вы утратите доступ к нему. Кстати, фотография (картинка) аккаунта называется **аватар**.

Нажмите на значок фотоаппарата или на ссылку **«Загрузить фотографию»**, откроется окно загрузки, в котором можно выбрать фото с компьютера. В окне редактирования миниатюры – выберите нужную часть и размер с помощью редактора (рисунок 10). Нажмите кнопку **«Сохранить и продолжить»**.

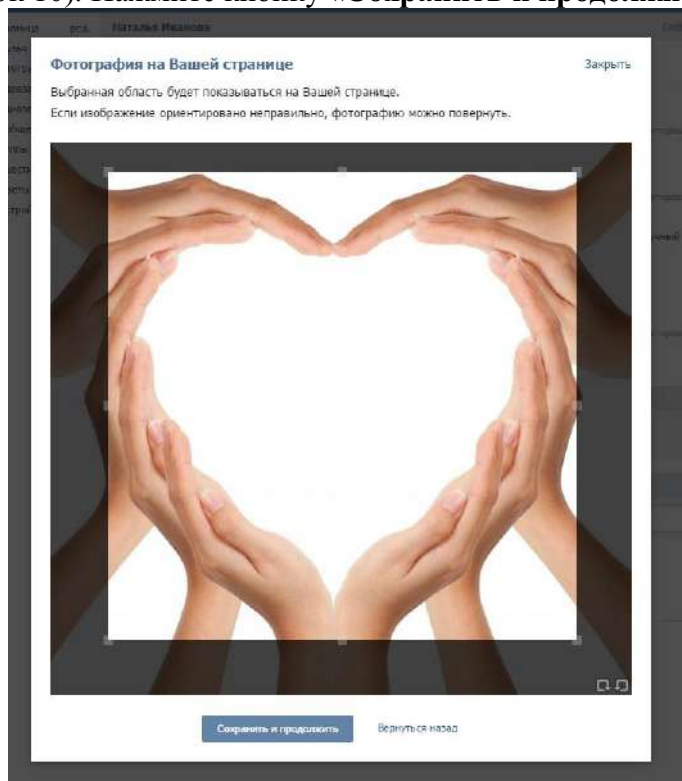


Рисунок 10 – Добавление фотографии

До того, как фотография была добавлена, отображалось 15% заполненной информации о странице, а после добавления фотографии стало 40%. Ниже показано, что если добавить фотографии, будет прибавлено 15%, если указать год рождения, прибавится 10% и т.д.

Чтобы отредактировать прочие данные нажмите **«Редактировать страницу»** (рисунок 11).

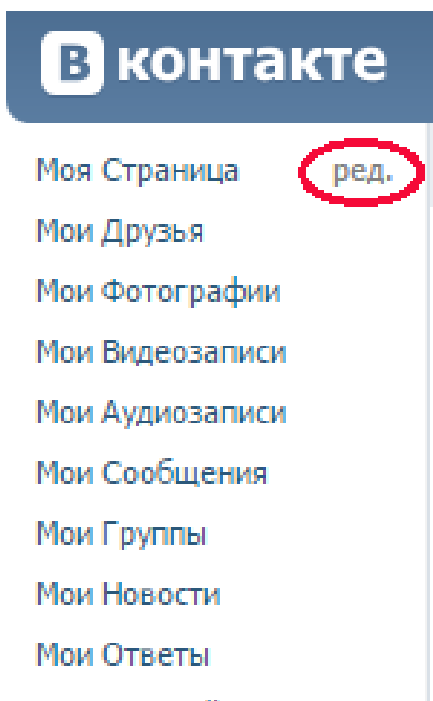


Рисунок 11 – Редактировать страницу

После нажатия откроется страница для редактирования такой информации, как имя, фамилия, девичья фамилия, пол, семейное положение и др. (рисунок 12).

Рисунок 12 – Редактирование информации

На странице редактирования информации в верхнем меню есть несколько вкладок (рисунок 13), при переходе по которым можно редактировать и прочую информацию.

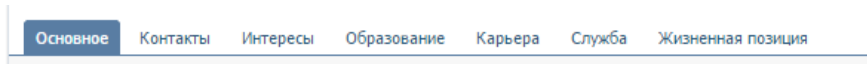


Рисунок 13 – Вкладки на странице редактирования информации

Заполните контакты (рисунок 14). Проверьте, правильно ли введены страна и город, добавьте номер основного и дополнительного телефона (по желанию), Skype и адрес своего

сайта, если есть. Также заполните другие вкладки: «Интересы», «Образование», «Карьера», «Служба», «Жизненная позиция».

The screenshot shows the 'Контакты' (Contacts) tab selected in a profile settings menu. The menu includes 'Основное', 'Контакты', 'Интересы', 'Образование', 'Карьера', 'Служба', and 'Жизненная позиция'. The 'Контакты' section contains the following fields and options:

- Страна:
- Город:
- Дом:
- Мобильный телефон: виден всем пользователям
- Дополнительный телефон: виден всем пользователям
- Skype:
- Личный сайт:
- Twitter: (изменить)
- Интеграция с другими сервисами

A 'Сохранить' (Save) button is located at the bottom of the form.

Рисунок 14 – Заполнение информации (контакты)

Можно настроить видимость своих данных для других пользователей. Например, чтобы сделать видимым номер телефона только для своих друзей, укажите это в выпадающем списке напротив поля с телефоном (рисунок 15).

This screenshot shows a close-up of the visibility settings for contact information. It features four input fields: 'Мобильный телефон', 'Дополнительный телефон', 'Skype', and 'Личный сайт'. Each field has a dropdown menu to its right. The dropdown for 'Мобильный телефон' is open, showing the following options:

- виден всем пользователям
- виден всем пользователям
- только друзьям** (highlighted)
- друзьям и друзьям друзей
- только мне
- всем, кроме..
- некоторым друзьям

Рисунок 15 – Настройка видимости

В интерфейсе «ВКонтакте» основными являются два меню: верхнее и боковое. В верхнем меню (рисунок 16) можно осуществлять поиск по людям, сообществам, добавлять игры, слушать музыку, обратиться к помощи по использованию социальной сети, либо выйти из своего аккаунта.

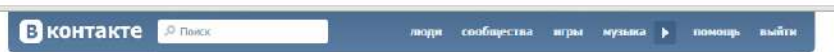


Рисунок 16 – Верхнее меню

В боковом меню (рисунок 17) возможностей немного больше. Можно переходить на свою страницу, редактировать ее, просматривать своих друзей, фотографии, видео и аудиозаписи, обмениваться сообщениями, просматривать и управлять списком своих групп, просматривать ленту новостей, отслеживать обновления на своей странице и производить различные настройки своей страницы.

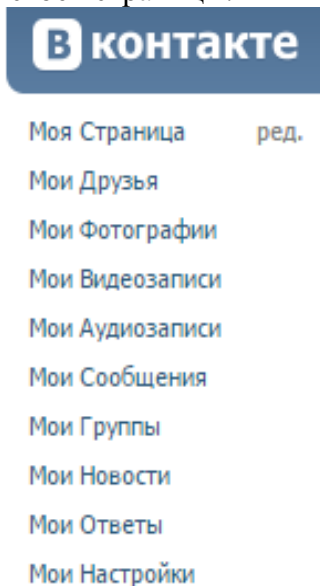
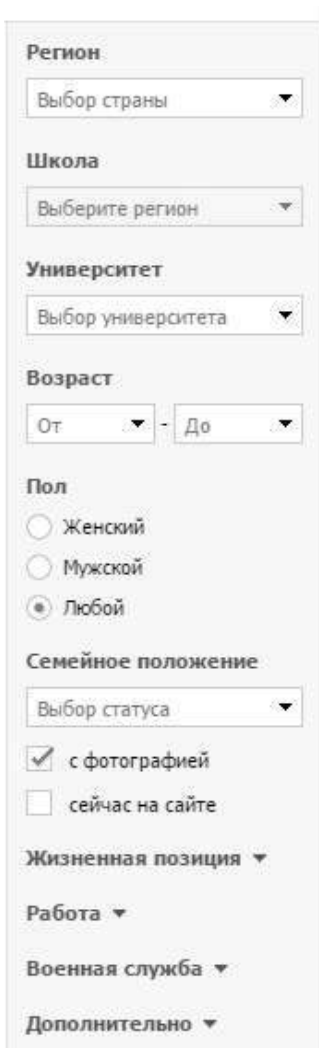


Рисунок 17 – Боковое меню

Теперь можно приступать к пользованию социальной сетью «ВКонтакте».

Чтобы найти своих друзей, используется пункт «Люди» из верхнего меню. В открывшемся окне указываются параметры поиска. Доступны следующие параметры: регион, школа, университет, возраст, пол, семейное положение и др. (рисунок 18). Чем больше параметров указано, тем проще найти нужных людей.



The image shows a vertical list of search filters. Each filter has a title and a control element:

- Регион**: A dropdown menu with the text "Выбор страны".
- Школа**: A dropdown menu with the text "Выберите регион".
- Университет**: A dropdown menu with the text "Выбор университета".
- Возраст**: Two dropdown menus labeled "От" and "До" separated by a minus sign.
- Пол**: Three radio buttons labeled "Женский", "Мужской", and "Любой". The "Любой" option is selected.
- Семейное положение**: A dropdown menu with the text "Выбор статуса".
- с фотографией**: A checked checkbox.
- сейчас на сайте**: An unchecked checkbox.
- Жизненная позиция**: A dropdown menu.
- Работа**: A dropdown menu.
- Военная служба**: A dropdown menu.
- Дополнительно**: A dropdown menu.

Рисунок 18 – Параметры поиска

Если нужный человек был найден в поиске, его можно добавить в друзья. Для этого нажмите кнопку **«Добавить в друзья»**. Когда человек находится у вас в друзьях, вся информация, которую он публикует у себя на странице, будет отображаться в ваших новостях. Также можно следить за изменением статусов, обновлением фотографий этого пользователя и т.д.

Кроме обычных пользователей, в сети ВК есть множество групп, разбитых по тематикам. Чтобы найти какую-нибудь группу, нужно в верхнем меню выбрать пункт **«Сообщества»** и ввести ключевое слово в строке поиска (рисунок 19).

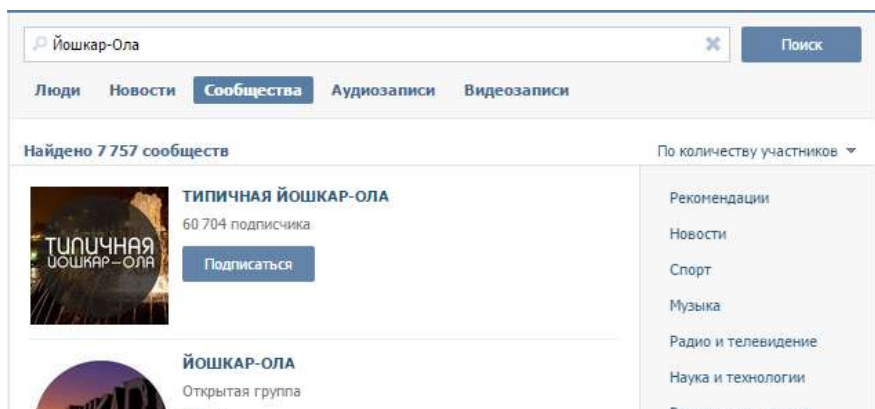


Рисунок 19 – Поиск группы

Подписавшись на группу, вы будете видеть в своих новостях все обновления группы. Кроме того, сообщества, на которые вы подписаны, можно найти в левом меню по ссылке **«Мои группы»**.

В нижнем углу экрана могут всплывать окошки с уведомлениями, например, окно с новой заявкой в друзья (рисунок 20) – это значит, что вам поступила заявка на добавление в друзья.

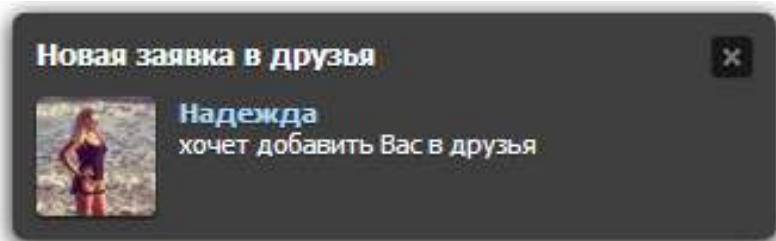


Рисунок 20 – Всплывающее окно с заявкой на добавление в друзья

Если вы знаете этого человека и хотите добавить его в друзья, нужно перейти по ссылке «**Мои друзья**» (рисунок 21).

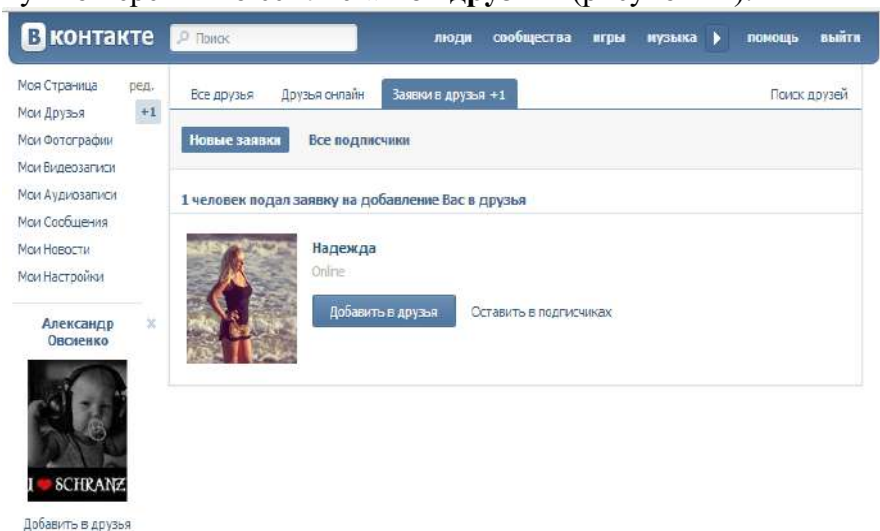


Рисунок 21 – Заявки в друзья

Если вы нажимаете на кнопку «**Добавить в друзья**», то появляется выбор, в какой список вы хотите включить этого человека (рисунок 22). Можно оставить без списка. Некоторая информация этому пользователю будет доступна в зависимости от того, в каком списке он находится это редактируется в настройках бокового меню.

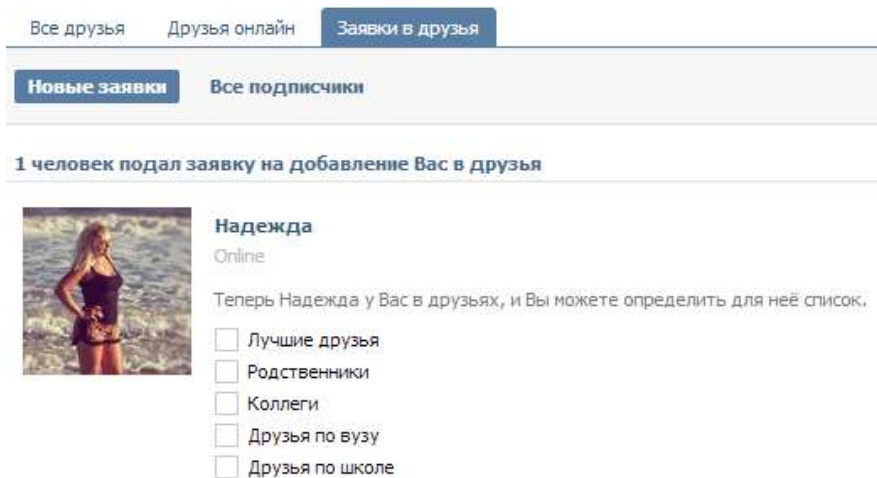


Рисунок 22 – Выбор списка для нового друга

Кроме того, рассмотрим еще несколько возможностей данной социальной сети.

Добавление записей на стену – публикация записи, которая появится в новостях у ваших друзей.

Для добавления новой записи, необходимо кликнуть на поле ввода сообщений, которое расположено непосредственно под заголовком стены (рисунок 23), после чего появятся кнопки «**Прикрепить**» и «**Отправить**».

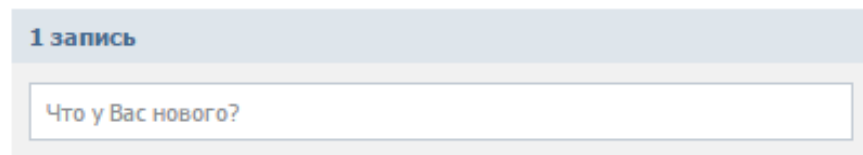


Рисунок 23 – Поле для ввода сообщения на свою стену

С помощью кнопки «**Прикрепить**» к вашей записи можно добавить фотографию, граффити, документ или аудиозапись, а с помощью кнопки «**Отправить**» опубликовать ее на стене.

Комментарии к записям – к записи, которая уже опубликована, другие пользователи могут оставлять свои комментарии. В настройках из бокового меню во вкладке «**Приватность**» можно настроить пункт «**Кто может**

комментировать мои записи» (рисунок 24) и подобрать наиболее устраивающий вас вариант.

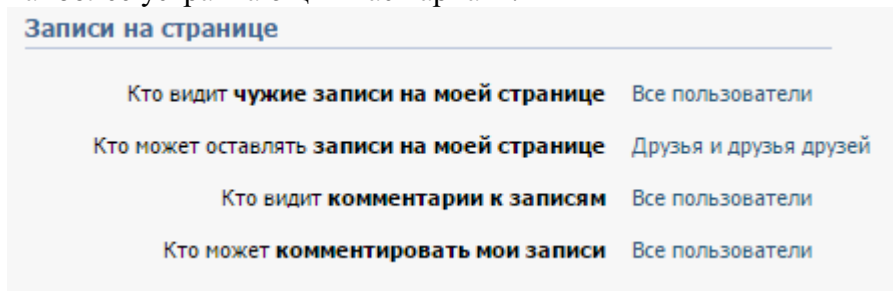


Рисунок 24 – Настройки приватности

Сообщения – для обмена сообщениями со своими друзьями перейдите по ссылке «**Мои друзья**» из бокового меню, откроется список с друзьями, и справа возле каждого аккаунта будет несколько строк, одна из которых называется «**Написать сообщение**». Нажмите на данный пункт, откроется диалоговое окно для обмена сообщениями с выбранным пользователем (рисунок 25).

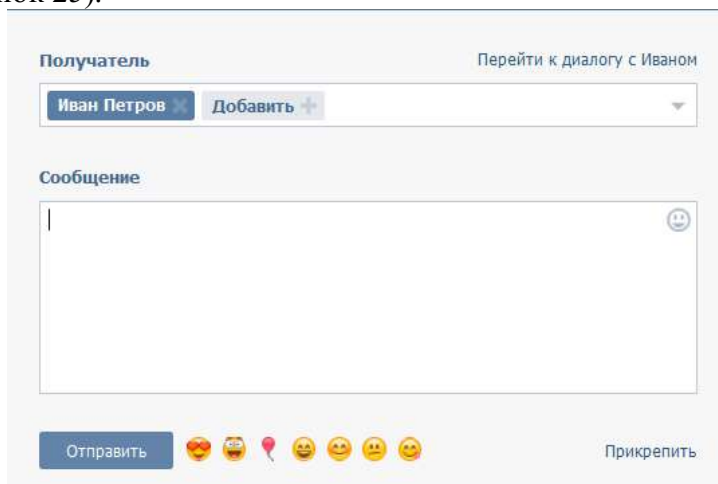


Рисунок 25 – Диалоговое окно для обмена сообщениями

В боковом меню также есть пункт «**Сообщения**», в котором сохраняются все диалоги с пользователями.

Приложение 3

Инструкция по использованию социальной сети «Twitter»

«Twitter» – это онлайн-сервис для ведения микроблогов, он является третьей по величине социальной сетью в мире. Основная идея сервиса – микроблоги. Пользователи могут создавать небольшие (до 140 знаков) текстовые сообщения (tweets), которые появляются в профиле пользователя и могут быть прочитаны его подписчиками (followers). Также существует возможность подписаться на чужие блоги и читать их в единой ленте. Сервис очень удобен для оперативного общения.

Существует множество программ – твиттер-клиентов, превращающих этот сервис в аналог ICQ. Помимо прочего в твиттер-блог можно писать и через SMS-сообщения.

Процесс регистрации в «Твиттере» простой. Для начала регистрации в «Твиттере» понадобится ввести адрес электронной почты, поэтому если его нет, то перед регистрацией в «Твиттере» сначала нужно будет зарегистрировать себе e-mail на любом почтовом сервисе.

Далее нужно перейти в браузер и зайти по адресу <http://twitter.com>.¹ В правом верхнем углу можно увидеть приглашение зарегистрироваться (рисунок 1) либо войти, если аккаунт уже имеется.

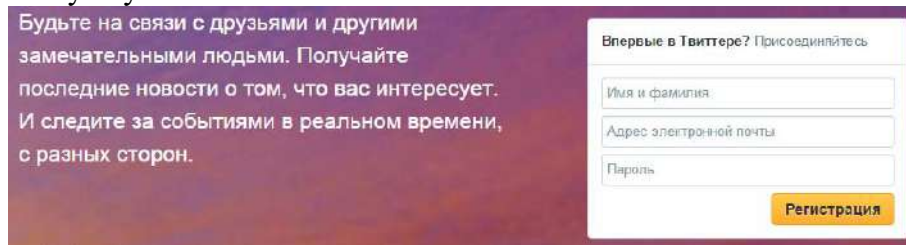


Рисунок 1 – Главная страница «Твиттера»

Шаг 1. Регистрация.

¹ Если Вы заходите на сайт <http://twitter.com> через браузер Internet Explorer, то происходит автоматическая переадресация на мобильную версию. Интерфейс мобильной версии отличается от полной версии twitter.

На первом шаге для регистрации необходимо сразу заполнить три поля или нажать на кнопку **«Регистрация»**, где откроется окно для заполнения этих же трех полей.

В поле **«Имя и фамилия»** нужно указать свои данные, которые в дальнейшем будут отображаться в профиле.

В поле **«e-mail или контактный телефон»** можно ввести номер своего телефона (рисунок 2) или адрес электронной почты (рисунок 3).

В поле **«Пароль»** нужно ввести пароль, с которым вы будете входить в «Твиттер».

Справа от вводимого пароля будет подсказка, достаточно ли надежен ваш пароль. Если полоса заполнения зеленая, значит пароль подходит и вполне надежен.

Иванов Иван ✓

+79112223344 ✓

Мы отправим сообщение с кодом подтверждения на указанный номер. За SMS-сообщение может взиматься плата по вашему тарифному плану.

..... [Progress bar: green] ✓

[Адаптировать Твиттер исходя из недавно посещённых веб-страниц](#) [Подробнее](#).

Регистрация

Регистрируясь, вы соглашаетесь с [Условиями предоставления услуг](#) и [Политикой конфиденциальности](#), а также с [Правилами использования файлов Cookie](#). Другие пользователи смогут найти вас по электронной почте или номеру телефона (если вы его укажете).

Рисунок 2 – Регистрация в «Твиттере» с помощью номера телефона

Иванов Иван ✓

test_ivan@test.ru ✓

..... ✓

Адаптировать Твиттер исходя из недавно посещённых веб-страниц. [Подробнее.](#)

Регистрация

Регистрируясь, вы соглашаетесь с [Условиями предоставления услуг](#) и [Политикой конфиденциальности](#), а также с [Правилами использования файлов Cookie](#). Другие пользователи смогут найти вас по электронной почте или номеру телефона (если вы его укажете).

Рисунок 3 – Регистрация в «Твиттере» с помощью адреса электронной почты

Шаг 2. Если регистрация была произведена по адресу электронной почты, то следующим пунктом вас попросят ввести номер сотового телефона (рисунок 4). Данный пункт можно пропустить, т.к. он является желательным, но необязательным. Если с вашей учетной записью в «Твиттере» связан телефонный номер, вы получаете дополнительные преимущества, включая следующие¹:

- доступ к функции безопасности, такой как проверка при входе, которая помогает обеспечить безопасность вашей учетной записи;
- возможность поиска друзей из записной книжки телефона, которые уже есть в «Твиттере»;

¹ Ответы на вопросы о привязке телефонного номера к учетной записи – URL: <https://support.twitter.com/articles/20172094>.

– возможность для друзей также найти вас (если ваш номер телефона сохранен у них в записной книжке телефона).

Введите свой номер телефона.

Ваш номер телефона сохраняет учётную запись в безопасности, делает вас ближе к друзьям и облегчает вход в Твиттер.

[Пропустить](#)

Мы вышлем код подтверждения на этот номер. За SMS-сообщения может взиматься плата по стандартному тарифу. Другие пользователи Твиттера не смогут узнать ваш номер телефона.

Рисунок 4 – Ввод номера телефона при регистрации

Шаг 3. Выбор имени пользователя.

Имя пользователя – псевдоним (Username), который будет отображаться у подписчиков в ленте. Имя пользователя может содержать латинские буквы и цифры, его длина должна быть не более 15 знаков. Если указанное вами имя занято в «Твиттере», справа от него вы увидите перечеркнутый символ и надпись красным шрифтом «Это имя уже занято!» (рисунок 5).

Выбрать имя пользователя.

Не беспокойтесь, вы можете изменить его позже.

✘ Это имя уже занято!

Рекомендации: [Test76757196](#) | [Test60411688](#) | [Test82885408](#) | [Test20115408](#) | [Test21819463](#)

Рисунок 5 – Выбор имени пользователя при регистрации

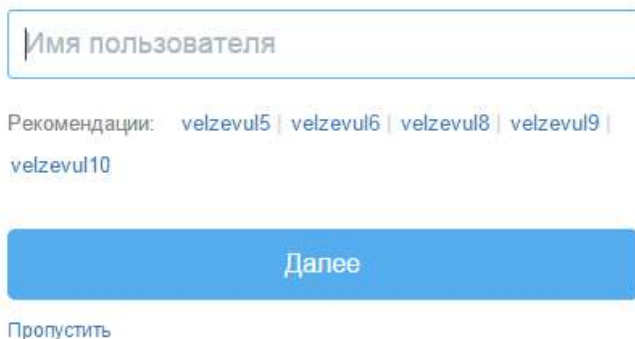
В этом случае нужно придумать другое имя.

Подсказкой могут служить рекомендации «Твиттера» (рисунок 6) – имена, которые свободны на этом сервисе и могут вам подойти.

После ввода данных убедитесь, что справа стоит галочка, и затем нажмите на кнопку «Далее».

Выбрать имя пользователя.

Не беспокойтесь, вы можете изменить его позже.



Имя пользователя

Рекомендации: [velzevul5](#) | [velzevul6](#) | [velzevul8](#) | [velzevul9](#) | [velzevul10](#)

Далее

[Пропустить](#)

Рисунок 6 – Подсказки «Твиттера» для выбора имени пользователя

После того, как имя пользователя было окончательно выбрано, нужно нажать на кнопку «Далее». Регистрация прошла успешно, и теперь можно перейти к пользованию «Твиттером». Для этого нажмите на кнопку «**Поехали!**».

Настройка учетной записи.

Сначала выберите одно или несколько направлений, которые вам могли бы быть интересны. На основании этого вам будут присылаться ссылки на тематические материалы. После чего можно сразу же подписаться на интересные блоги. По умолчанию галочка стоит напротив «**Выделить все**»

(рисунок 7), что означает, что вы будете подписаны на все перечисленные блоги.

Рекомендуем вам

Выделить все



Правительство России

@Pravitelstvo_RF

Новости о Председателе Правительства
России и Правительстве России.
Английская версия аккаунта -



Рисунок 7 – Настройка подписок

Если вам это неинтересно, снимите галочку с «**Выделить все**» и оставьте галочки только напротив интересующих блогов.

Затем нажмите на кнопку «**Добавить несколько аккаунтов**» и «**Продолжить**».

Следующим шагом нужно будет добавить свою фотографию. Щелкните левой кнопкой мыши по значку с фотоаппаратом и выберите способ, каким вы хотите загрузить фотографию (рисунок 8):

- «**Загрузить фотографию**» – позволяет выбрать любую фотографию с вашего компьютера.
- «**Сделать снимок**» – если у вас есть веб-камера, то можно получить снимок с нее.



Рисунок 8 – Загрузка фотографии

С помощью бегунка можно изменить размер загруженной фотографии (рисунок 9).

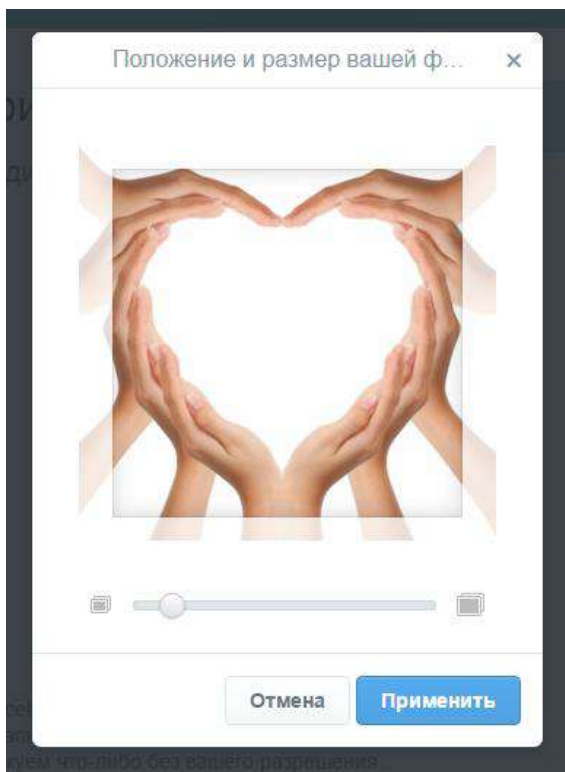


Рисунок 9 – Настройка отображения фотографии

После чего нажмите на кнопку **«Применить»**, и затем **«Продолжить»**.

Следующим шагом будет предложено найти своих знакомых, уже зарегистрированных в «Твиттере». Можно использовать, например, адресную книгу из Outlook или Gmail. Либо можно пропустить этот шаг.

Первоначальная настройка учетной записи закончена. Теперь можно перейти к использованию.

При первом переходе можно в самом верху страницы увидеть табличку с просьбой подтвердить свой адрес электронной почты

(рисунок 10). Для этого нужно зайти на свой e-mail и найти письмо с подтверждением электронного адреса. В открывшемся письме будет ссылка, после перехода по которой желтая табличка в вашем блоге исчезнет.

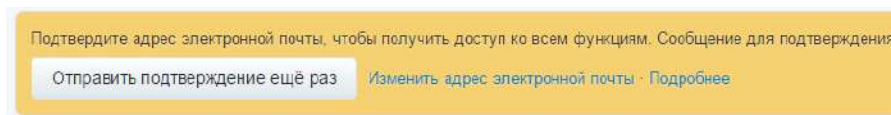


Рисунок 10 – Табличка с просьбой подтвердить адрес электронной почты

Ниже под табличкой будут отображаться твиттеры пользователей, которые могут быть вам интересны (на основе интересов, которые были указаны при регистрации).

Для написания собственного сообщения можно воспользоваться двумя вариантами: либо ввести сообщение в окне с надписью «**Что происходит?**» (рисунок 11), либо нажать кнопку «**Твитнуть**» в правом верхнем углу (рисунок 12).

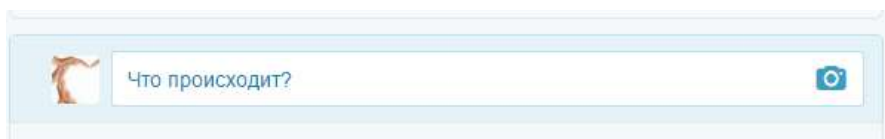


Рисунок 11 – Написать твит



Рисунок 12 – Написать твит

Если нужно внести какие-нибудь изменения в своем аккаунте, используется пункт «**Настройки**», который можно найти, если щелкнуть левой кнопкой мыши по своему изображению на верхней панели (рисунок 13).

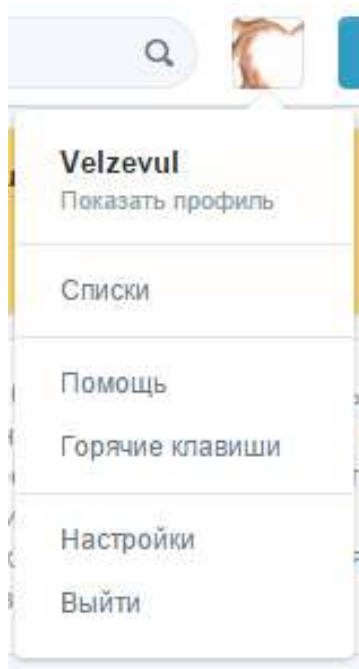


Рисунок 13 – Выпадающее меню на верхней панели инструментов

В настройках можно изменить различные данные, начиная от имени пользователя, и заканчивая тем, как будет выглядеть ваш блог.

Слева в меню можно выбрать нужный пункт и внести соответствующие настройки.

Например, можно оформить свой блог. Для этого нужно выбрать в настройках пункт «**Оформление профиля**» (рисунок 14) и выбрать либо уже готовую тему, либо создать тему самостоятельно.

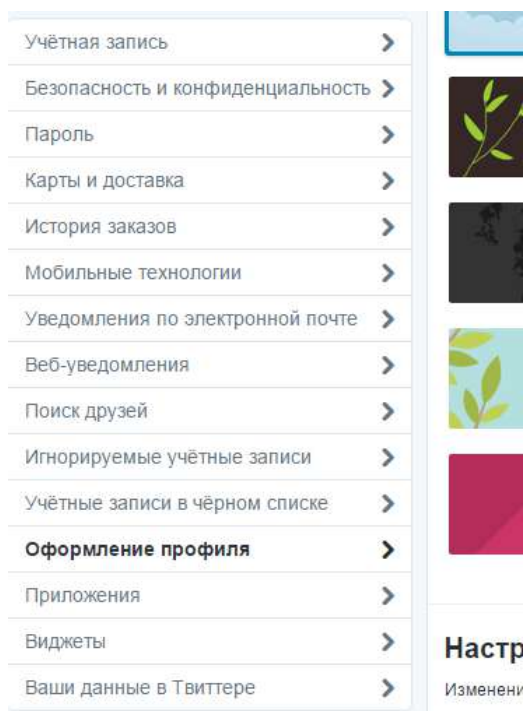


Рисунок 14 – Оформление профиля

После всех изменений обязательно нужно нажать кнопку **«Сохранить изменения»**.

Чтобы найти каких-нибудь пользователей, можно воспользоваться полем для поиска, расположенном в правом верхнем углу (рисунок 15).



Рисунок 15 – Строка поиска

После того как вы ввели в строку поиска нужную фразу, необходимо нажать на кнопку Enter на клавиатуре, либо на лупу справа от строки поиска. Откроется новая страница, в которой выводимые данные можно сортировать по разным принципам.

Для этого выберите принцип, по которому нужно сортировать информацию, например, показать только учетные записи, в названии которых будет содержаться строка поиска (рисунок 16).



Рисунок 16 – Выведенные результаты поиска

Если нажать на кнопку **«Читать»**, в вашей ленте начнут появляться записи от данного пользователя.

Чтобы вернуться на свою страницу, нужно перейти по ссылке **«Главная»** в левом верхнем углу (рисунок 17).



Главная

Рисунок 17 – Ссылка для перехода на свою страницу

Рядом с этой же ссылкой есть еще 2 других: **«Уведомления»** и **«Сообщения»** (рисунок 18).



Главная



Уведомления



Сообщения

Рисунок 18 – Уведомления и сообщения

В **уведомлениях** будут отображаться различные события, например, когда кто-то на вас подпишется или упомянет в своем сообщении.

Для того чтобы упомянуть кого-то при написании сообщения, нужно ввести знак @ и начать вводить ник, после чего появится выпадающий список с именем пользователей, которые есть у вас в друзьях. Если друзей еще не добавлено, то будут выводиться наиболее популярные и актуальные пользователи (рисунок 19).

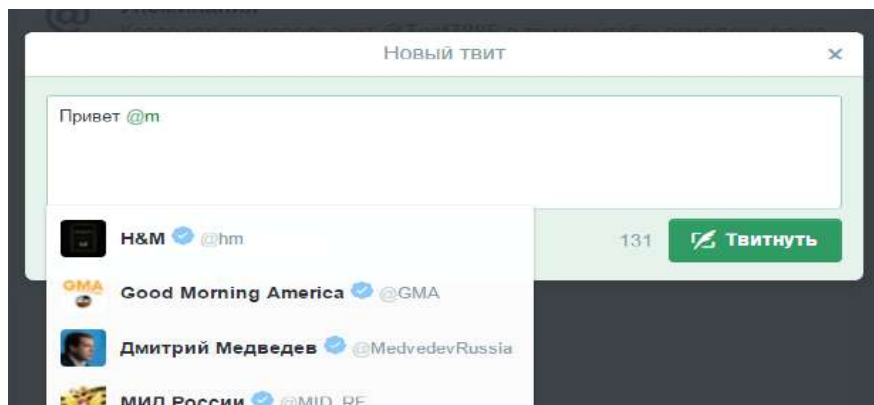


Рисунок 19 – Подсказка с именами пользователей

В **сообщениях** можно обмениваться личными сообщениями с собеседниками. Эти сообщения будут видны только вам и вашему собеседнику (рисунок 20).

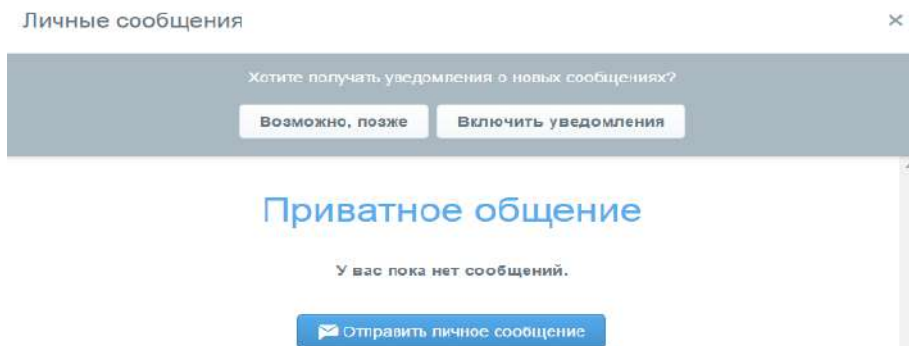


Рисунок 20 – Страница сообщений

Приложение 4

Как настроить «Facebook»?

Настраиваем «Facebook».

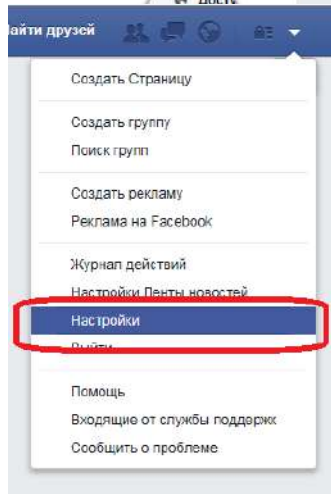
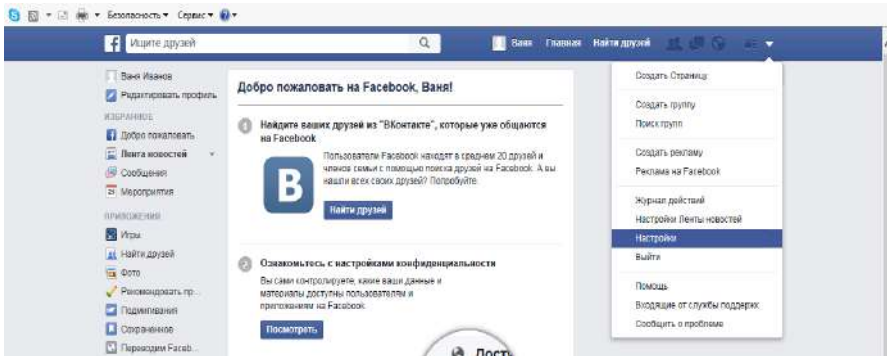
– Заходим на сайт <https://ru-ru.facebook.com/>.

– Настройка «Facebook» будет осуществляться в разделе настроек.

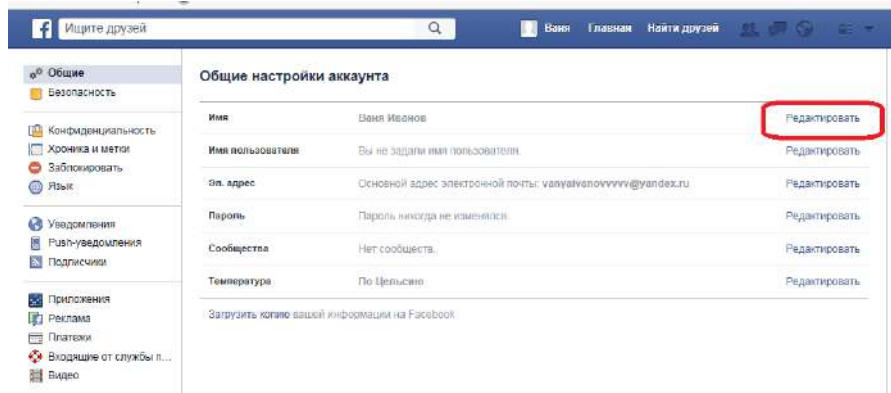
Нажимаем на стрелку, которая находится вверху справа.



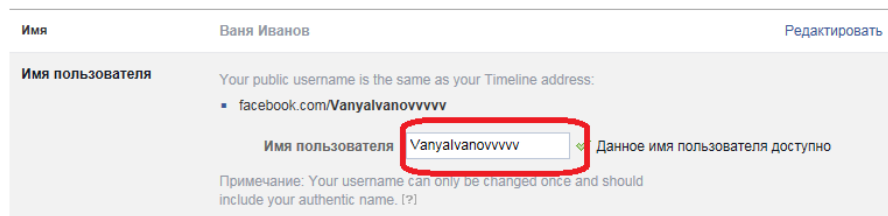
Выбираем в меню пункт «Настройки».



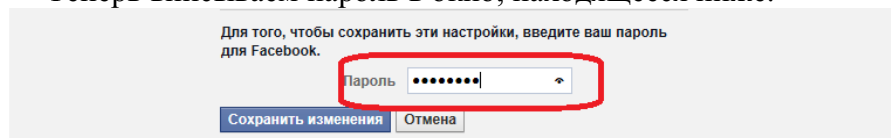
Нажимаем **«Настройки»**. В общих настройках задаем имя пользователя. Нажимаем **«Редактировать»** напротив этой строки.



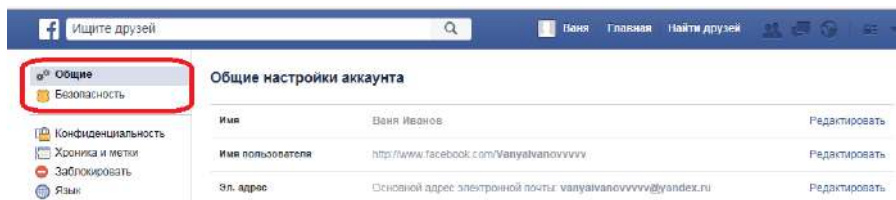
Редактируем. В окно «Имя пользователя» вписываем имя.
Общие настройки аккаунта



Теперь вписываем пароль в окно, находящееся ниже.




Вводим пароль. Нажимаем на кнопку **«Сохранить изменения»**. Сохраняем. Переходим в раздел **«Безопасность»**.



Нажимаем на **Безопасность**. Настроим подтверждения о входе. Нажимаем на кнопку **«Редактировать»** напротив этой строки.

Настройки безопасности

Предупреждения о входе Получать предупреждения о каждом входе в ваш аккаунт с нового устройства или браузера. **Редактировать**

Редактируем. Выбираем способ уведомления. Выбираем электронную почту, нажимаем на кнопку .

Настройки безопасности

Предупреждения о входе Получать предупреждения о каждом входе в ваш аккаунт с нового устройства или браузера.

Уведомления

Получать уведомления

Не получать уведомления

Эл. адрес

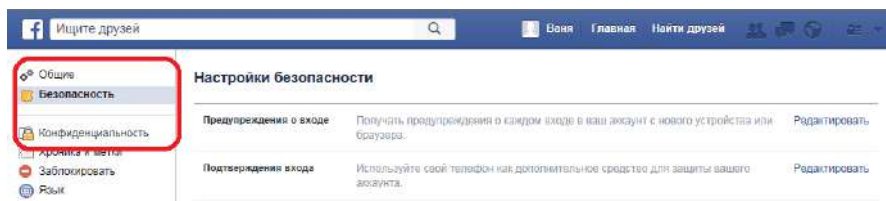
Отправлять предупреждения о входе по эл. почте: **vanyaivanovvvvv@yandex.ru**

Не получать уведомления на эл. почту

Сохранить изменения Отмена

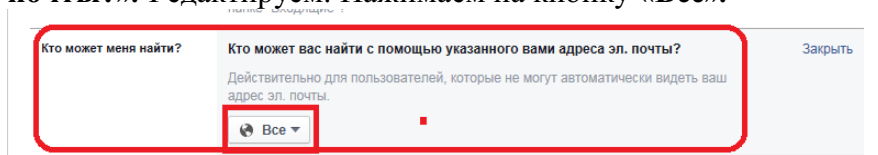
Нажимаем на кнопку **«Сохранить изменения»**. Сохраняем. Перейдем в настройки конфиденциальности.

Выбираем строку **«Конфиденциальность»**.

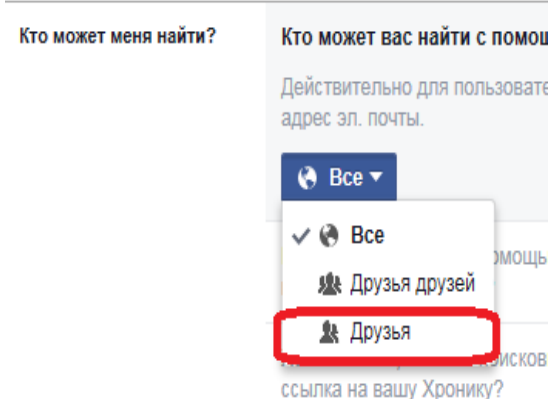


Нажимаем «**Конфиденциальность**».

Выбираем ссылку «**Редактировать**» напротив строки «**Кто может найти вас с помощью указанного вами адреса эл. почты?**». Редактируем. Нажимаем на кнопку «**Все**».

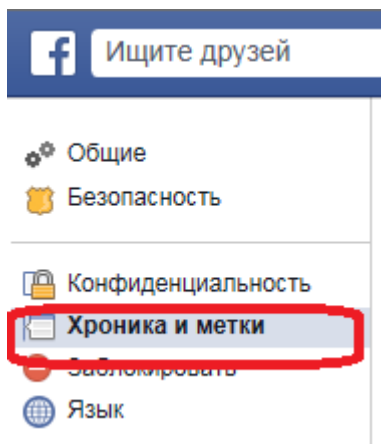


Кликаем по выпадающему списку. Выбираем «**Друзья**».



Настройки изменены.

Заходим в раздел «**Хроника и отметки**», где запретим друзьям делать публикации в хронике.



Нажимаем кнопку **«Редактировать»** напротив строки **«Кто может публиковать материалы в вашей хронике?»**.

Настройки Хроники и меток

Кто может делать публикации в моей Хронике?

Кто может публиковать материалы в вашей Хронике?

Друзья

Редактировать

Нажимаем на кнопку **«Друзья»**.

Настройки Хроники и меток

Кто может делать публикации в моей Хронике?

Кто может публиковать материалы в вашей Хронике?

Закрыть

Друзья



Нажимаем на выпадающий список

Выбираем **«Только я»**.

Кто может делать публикации в моей Хронике?

Кто может публиковать материалы в вашей Хронике?

Друзья

✓ Друзья

Только я

Смотрение метки, сделанные публикацией в вашей

Выкл.

Теперь только вы сможете размещать материалы в хронике.

Общее изменение документов сообщества

1. В «Facebook» вносить изменения в любой документ могут все члены сообщества. Просто надо зайти на страницу сообщества и нажать на «Документы», нажать на ссылку «Создать документ». Полученный документ смогут изменять все люди, состоящие в сообществе.

2. В «Facebook» можно позвать на мероприятие незарегистрированных людей. Для этого необходимо создать мероприятие, после чего в окно «Выбрать пользователей» вписать адрес человека, у которого нет аккаунта на сайте. Между адресами нужно ставить запятые. На почту этим людям придут письма с приглашением.

3. Можно использовать зачеркнутый текст. Просто перед каждой буквой вводите следующую комбинацию: **̶**.

**Т.А. Сафина
Н.А. Николаева**

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРИСУТСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ
ОРГАНОВ И ОРГАНОВ МЕСТНОГО
САМОУПРАВЛЕНИЯ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

Учебно-методическое пособие

Ответственный редактор –
доктор пед. наук, профессор Н.М. Швецов

Корректор: А.В. Бадина
Компьютерная верстка: А.В. Бадина

Изд. №
ISBN

Подписано в печать 07.12.2015
Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Усл. печ. л.
Тираж 50
Отпечатано в ООО «Типография «Вертикаль»
424036, г. Йошкар-Ола, ул. Мира, 21