

Правила работы с социальными сетями

29 августа 2013 г.

Содержание

1. Назначение	3
2. Область применения	3
3. Правила	3
4. Информация	4
5. Вступление в силу	4

1. Назначение

Социальные сети, такие как Facebook, Twitter и т. д., а также различные дискуссионные онлайн-платформы, давно и прочно закрепились в нашем обществе, и повседневную жизнь очень сложно представить без них. С их помощью можно очень быстро распространить информацию среди множества пользователей по всему миру. Однако именно это преимущество таит в себе риски и опасности. В связи с этим компания AFG установила ряд правил, которые предназначены для ответственного пользования этими средствами коммуникации.

2. Область применения

Данные правила распространяются на всех сотрудников и временных сотрудников (аренда персонала) компании AFG Arbonia-Forster-Holding AG или другого предприятия группы (далее — AFG), если они используют социальные сети или дискуссионные онлайн-платформы в личных целях и публикуют там высказывания о компании AFG.

Последующие правила относятся также к пользователям таких социальных сетей как Xing и LinkedIn, которые используются для деловых целей, например, для установления контакта с клиентами, создания сети деловых контактов и т. д., за исключением пункта 3.11.

Публикации в социальных сетях от имени компании AFG Arbonia-Forster-Holding AG осуществляются только главой отдела корпоративных коммуникаций. Публикации в социальных сетях от имени предприятий группы AFG, если они касаются всего концерна, должны осуществляться только по согласованию с главой отдела корпоративных коммуникаций. Если публикации не касаются концерна в целом, то их следует согласовать с ответственным руководителем структурного подразделения/менеджером.

3. Правила

- 3.1. **Придерживайтесь кодекса поведения AFG и других внутренних директив.** Уважайте всех участников дискуссии и не публикуйте дискриминирующие, ругательные, дискредитирующие и прочие высказывания, оскорбляющие достоинство других. Оставайтесь рассудительными и не давайте волю эмоциям. Ваши публикации отражаются не только на вас, но могут иметь последствия и для AFG.
- 3.2. **Каждый сотрудник AFG несет личную ответственность за содержание своих высказываний и публикаций.** Следовательно, действуйте с полным осознанием того, что все, что когда-либо было опубликовано в социальных сетях, надолго останется в Интернете и будет доступным огромному количеству людей, даже если изначально информация была предназначена для ограниченного круга лиц. Прежде чем публиковать что-либо, тщательно продумайте, какую именно информацию вы хотите сообщить. Как и с другими средствами коммуникации, при обращении с социальными сетями будьте очень внимательны.
- 3.3. **Защитите свою личную жизнь.** Изучите указания по защите информации на той или иной социальной платформе, тщательно обдумайте и выберите уровень приватности, соответствующий цели общения. Обязательно придумайте пароль с высоким уровнем защиты, не используйте тот же пароль, что и при входе на рабочий компьютер.
- 3.4. Публикуя высказывания, касающиеся AFG, **обязательно укажите, что вы сотрудник AFG.** Пишите в первом лице и дайте понять, что это ваше личное мнение и что оно не обязательно совпадает с официальным мнением компании AFG (например, «Я работаю в AFG. Это мое личное мнение, и оно может не совпадать с официальной позицией компании AFG»). Особенно менеджеры AFG должны

осознавать, что они имеют особое отношение к компании AFG, и поэтому их высказывания — даже несмотря на такую поправку — могут быть идентифицированы как мнение AFG. Таким образом, менеджеры AFG должны быть очень осторожны и сдержанны в социальных сетях.

- 3.5. **Придерживайтесь рамок национального и международного законодательства.** В особенности соблюдайте законы о защите информации и не нарушайте авторских прав.
- 3.6. **Не разглашайте коммерческие тайны.** Публикуйте только ту информацию об AFG, которая является общедоступной. Не раскрывайте тайны, которые являются предметом соглашения о конфиденциальности, коммерческие тайны и прочую конфиденциальную информацию.
- 3.7. **Используйте логотип или торговые знаки AFG только в том случае,** если вас на это уполномочил глава отдела корпоративных коммуникаций.
- 3.8. **Для того чтобы процитировать деловых партнеров, клиентов, поставщиков AFG или третьих лиц, получите их предварительное разрешение.** Получив разрешение, не забудьте при цитировании указать источник. Не пишите негативных высказываний о конкурентах или их продукции.
- 3.9. **Информативность ваших публикаций очень важна.** Публикуйте только ту информацию, которая, по вашему мнению, интересна остальным.
- 3.10. **Следите за своими публикациями.** Если по поводу вашего высказывания развернулась дискуссия, примите в ней участие и ответьте на поставленные вопросы. Если вы обнаружили ошибку в своем высказывании, исправьте ее самостоятельно, не ждите, пока третье лицо обратит на нее ваше внимание.
- 3.11. **Не публикуйте высказывания в социальных сетях и других дискуссионных онлайн-платформах в рабочее время.**

4. Информация

Справочную информацию касательно приведенных выше правил можно получить у главы юридического отдела предприятия.

5. Вступление в силу

Данные правила вступают в силу немедленно.

Арбон, 29 августа 2013 г.

Daniel Frutig
исполнительный директор

Штефан Керн
начальник отдела корпоративной коммуникации