

**28.01.2016**

**ТИПОВАЯ ПОЛИТИКА**

**участия работников финансовых организаций в социальных сетях, блогах (микро-блогах), сетевых сообществах и иных социальных ресурсах информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

*Настоящий документ разработан Экспертной группой по вопросам противодействия легализации преступных доходов и финансированию терроризма, внутреннему контролю и регуляторному (комплаенс) риску при ЭКС Комитета Совета Федерации по бюджету и финансовым рынкам (протокол от 28.01.2016 № 7).*

**1. Общие положения.**

В работу в социальных сетях или с социальными сервисами в той или иной форме вовлечены практически все, кто работает в информационно–телекоммуникационной сети «Интернет». При надлежащем использовании социальные сервисы могут помочь финансовым организациям, в т.ч. кредитным организациям, существенно улучшить качество предоставляемых сервисов и повысить уровень финансовой доступности для граждан и организаций. В то же время, бесконтрольная неорганизованная работа с социальными сервисами может нанести существенный ущерб финансовым организациям и привести к нарушениям законодательства, несанкционированному доступу к конфиденциальной информации, дискредитации финансовой организации и/или ее партнеров и клиентов, неэффективным затратам рабочего времени.

В целях обеспечения системного решения указанной проблемы целесообразно в каждой финансовой организации с учетом лучших практик разработать корпоративную политику участия работников в социальных сетях, блогах (микро-блогах), сетевых сообществах и иных социальных ресурсах информационно-телекоммуникационной сети Интернет (далее – Политика).

Приводимые ниже рекомендации по составлению Политики не являются обязательными к применению, каждая финансовая организация может применять их по своему усмотрению, в т.ч. вносить в них изменения с учетом специфики своей деятельности.

**2. Рекомендуемое содержание Политики.**

Финансовая организация «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_» (далее – Организация) приветствует участие своих Работников во всевозможных социальных медиаресурсах: блогах, микроблогах, чатах, социальных сетях типа Facebook, MySpace, LinkedIn и т.п., видео-, фото-хостингах, форумах, сайтах типа Википедия и других социальных Интернет-ресурсах (далее – медиаресурсы).

Свою работу в социальных медиаресурсах каждый Работник Организации обязан осуществлять в строгом соответствии с настоящей Политикой, положениями действующего трудового договора (контракта), требованиями и правилами работы в Организации, а также с соблюдением норм действующего законодательства.

1. Работники Организации не могут выступать в медиаресурсах от имени Организации. Каждый Работник должен во всех случаях выступать в медиаресурсах исключительно от своего собственного имени и не имеет права представлять интересы Организации за исключением случаев, специально предусмотренных Соглашением между Работником и Организацией.

2. Если Работник комментирует работу Организации, он должен четко себя идентифицировать, а также указать, что сообщаемая информация является его личной точкой зрения и не является позицией Организации.

3. Работник не должен использовать при регистрации в медиаресурсах адрес электронной почты Организации.

4. Работник обязан внимательно знакомиться с Соглашением об использовании медиаресурса. Особое внимание следует обратить на недопустимость указания при регистрации информации служебного характера: номера служебных телефонов, адреса электронной почты и т.д. Запрещается указывать при регистрации и в текстах медиаресурсов служебные данные (должность, номер служебного телефона (включая корпоративный номер подвижной сотовой связи), должностной оклад, содержание должностной инструкции и т.д.).

5. Постинги (репостинги) не должны содержать конфиденциальную, коммерческую (в том числе инсайдерскую) информацию Организации (в том числе из внутренних документов организации, официальной переписки с органами государственной власти, Банком России, клиентами и партнерами), ее клиентов и партнеров.

6. Постинги (репостинги) не должны содержать логотипов Организации, если на это не получено специальное разрешение руководства Организации.

7. Действия Работника не должны нарушать положения заключенного с ним Организацией трудового договора и установленные правила корпоративной этики Организации.

8. Постинги (репостинги) должны публиковаться с соблюдением прав интеллектуальной собственности, быть правдивыми, не нарушать действующее законодательство и не наносить ущерб Организации, ее клиентам, партнерам и третьим лицам.

9. Если Работники пишут в медиаресурсах об Организации, эти тексты должны быть предварительно согласованы с уполномоченным представителем руководства Организации.

10. Организация оставляет за собой право потребовать от Работника удалить тот или иной несоответствующий Политике комментарий в любом медиаресурсе.

11. Работникам запрещается давать рекомендации или характеристики компетенций, обсуждать рабочую обстановку или финансовое положение в Организации, отношения между Работниками Организации, а также планирование, ход и/или результаты проводимых в Организации проверок государственных (регулирующих и правоохранительных) органов и Банка России.

12. Работники обязаны не использовать в постингах (репостингах) в медиаресурсах ненормативную лексику, специальные символы (хэштэг), имеющие двойное значение, оскорбления или иным образом унижать личное достоинство третьих лиц. В случае возникновения конфликтных ситуаций или угроз любого характера для Работника или Организации при работе с медиаресурсами Работник обязан незамедлительно сообщить об этом своему непосредственному руководителю.

13. Работникам запрещается работать в медиаресурсах как с использованием оборудования Банка, так и с личных устройств в рабочее время, за исключением случаев получения специального разрешения непосредственного руководителя Работника ил специально уполномоченного лица Организации. Допускается работа в медиаресурсах до и после завершения рабочего времени, а также во время перерыва на обед только с личных устройств Работника.

14. Запрещено производить (без соответствующего разрешения руководства Организации) видео и фото сьемку внутренних помещений Организации, работников и клиентов Организации, а также размещать информацию, содержащую такую видео или фотосъемку в сети Интернет без соответствующего разрешения руководства Организации и соответствующего субъекта или оператора персональных данных.

15. В случае, если Работник с разрешения руководства Организации, работает в профессиональных социальных сетях, рекомендуется регистрироваться в них с использованием настоящего имени Работника и не использовать псевдонимы или никне́ймы (клички или прозвища, используемые в сети Интернет), чтобы избежать его однозначной ассоциации с Организацией.

16. При регистрации в медиаресурсах Работникам не рекомендуется использовать персональную информацию, такую как дата и место рождения, место жительства, паспортные данные, ИНН, СНИЛС, номера банковских счетов и кредитных карт, а также иную информацию, которая может быть использована злоумышленниками для совершения финансовых операций или иных юридически значимых действий от имени Работника.

17. Нарушение Политики может повлечь за собой применение к Работнику мер дисциплинарной ответственности в соответствии с трудовым договором и действующим законодательством (вплоть до увольнения Работника).

**3. Дополнительные рекомендации к Политике.**

1) Целесообразно при разработке Политики учесть опыт уже работающих в медиаресурсах Работников Организации, особенно топ-менеджеров.

2) Проект Политики необходимо согласовать с юристами Организации, службой внутреннего контроля (Комплаенс службой) и службой безопасности. Разработка Политики может служить основанием для проведения ревизии и актуализации действующих политик.

3) Для некоторых категорий Работников с учетом их должностных обязанностей Политикой могут устанавливаться прямые запреты или разрешения на регистрацию и работу в конкретных социальных сетях, блогах (микро-блогах) и иных медиаресурсах информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

4) Необходимо учитывать, что Организация может иметь собственное официальное представительство в некоторых медиаресурсах (например, в социальных сетях). В этом случае целесообразно иметь две согласованные между собой политики: одну с правилами работы в корпоративных медиаресурсах и вторую для Работников, имеющих индивидуальные аккаунты в социальных медиаресурсах.

5) В целях безопасности и соблюдения требований действующего законодательства не рекомендуется использовать медиаресурсы от имени анонимного пользователя с целью продвижения Организации, ее услуг или программ, а равно для дискредитации конкурентов.

6) Политика работы в социальных сетях должна обновляться (пересматриваться) не реже одного раза в два года в целях как минимум учета изменений в действующем законодательстве.