



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ
СОЦИАЛЕН ФОНД



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ДОБРО УПРАВЛЕНИЕ

Пътеводител в онлайн комуникацията за кметства на малки населени места





Гражданите, бизнеса и неправителствените организации винаги високо оценяват желанието на местната власт и администрация да общува с тях по въпросите, които касаят общността и за което тази местна власт е избрана да формира и реализира разумни, изпълними и резултатни политики, водещи до общо благополучие, като използват общия финансов ресурс (общинския бюджет) – формиран от събраните местни данъци, такси, наеми от общинско имущество и др. и държавната субсидия, която също е част от данъци, такси, акциз, плащани и от местните хора, работейки и потребявайки стоки и услуги на територията на държавата ни.

Резултатното общуване между местната власт в малките населени места и хората живеещи в тях е целта на наръчник "Пътеводител в онлайн комуникацията за кметства на малки населени места". От него ще получите съвети за предоставяне на ясна, изчерпателна и лесно разбираема информация, чрез най-използваната социална медия Фейсбук.



"Пътеводител в онлайн комуникацията за кметства на малки населени места" е помагало, създадено в рамките на проект BG05SFOP001-2.025-0094-C01 „Взаимодействието граждани - местна власт в община Сливо поле чрез електронните комуникационни канали“ на партньорите Фондация „Уеб Шелф“, Клуб "Отворено общество"-Русе и Община Сливо поле и се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Добро управление“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд.

Наръчникът е предназначен за кметовете и администрацията на малките населени места, както и за всички, които желаят да използват фейсбук като институционален комуникационен канал и е основа за консултациите, които се осъществяват в рамките на проекта за създаване на 10 фейсбук страници на кметствата в Община Сливо поле, които да се използват като комуникационен канал за информиране на гражданите .

Наръчникът е достъпен и онлайн на: www.com-project-spole.webshelf.eu/handbook.pdf
Една от целите на проекта „Взаимодействието граждани - местна власт в община Сливо поле чрез електронните комуникационни канали“ е повишаване на дигитално-медийната активност на местната власт в малките населени места, която да доведе до партньорско управление на местната власт в община Сливо поле с гражданите и бизнеса, чрез повишаване на взаимодействието между администрацията, гражданите и бизнеса, осигурявайки ефективни канали за комуникация.

Facebook е най-голямата социална мрежа в света , която е част от компанията Meta Platforms. Facebook е основана през 2004 г. от Марк Зукърбърг , Едуардо Саверин, Дъстин Москович и Крис Хюз , всички от които са били студенти в Харвардския университет. Facebook е с близо три милиарда потребители към 2021 г., като около половината от този брой използват Facebook всеки ден.

Потребителите на социалната мрежа се групират по географско положение, месторабота, учебни заведения, интереси и други. Всеки потребител избира каква информация да въведе за себе си, както и какви групи или личности могат да имат достъп до нея. Комуникацията между потребителите в мрежата се осъществява по много начини, включително изпращане на лични съобщения, покани за участия в мероприятия, споделяне на снимки, текст, хипервръзки, видео.



За целите на нашия наръчник приемаме, че ако общуването е нещо, което правим от самото си раждане с близки, с приятели, колеги и непознати - многопластова, самостоятелна форма на човешка активност, често спонтанна, проявяваща се в обмен на информация между хората и регулация на съвместната им дейност, то комуникацията винаги има фокус, ясна цел :

- споделяне, търсене или изясняване на информация и
- убеждаване, влияние или ангажиране.

Комуникацията изисква участие на две страни – източник и получател на информацията.

Фейсбук може да бъде използван като инструмент за взаимодействие между граждани и местната власт, не само за оповестяване на информация от общ интерес, но и като лесно достъпна обратна връзка към местната власт.

Уеб сайтовете на общините се наложиха през последните години като източник на информация за съответната община, а Фейсбук страниците на институции се налагат все по-активно като средство за информиране и общуване, т.к. една голяма част от активното население използва социалната мрежа Фейсбук.

Старите кабелни системи на радиоточките вече почти не съществуват на територията на общините и чрез официалните фейсбук страници на кметствата този информационен канал може да се замени със съвременни технологии, но ще бъде двупосочен. Както гражданите да се информират, така и да подават сигнали към местната власт.

От своя страна представителите на общината - кмет, председател на общински съвет, съветници, кметовете на селата, общински служители могат да формират, на базата на получената обратна връзка, адекватни политики и действия, отговарящи на нуждите на хората живеещи в малките населени места.

Въпреки, че Фейсбук предполага повече неформално общуване, когато го използваме като комуникационен канал от името на Кметството - като съставна административно-териториална единица в рамките на община, е желателно да се придържаме концептуално към Правилата за институционална идентичност на интернет страниците и портали на държавната администрация (виж страница 12 - полезни ресурси), от където следва, че:

- Предназначението на Фейсбук страницата на кметството/ общината е да подобрява, насърчава и реализира взаимодействието на административните органи с потребителите на административни услуги; да подкрепя целите на местното и държавното управление; да подобрява разбирането между гражданите и местната власт, насочена е изцяло в обществен интерес и за насърчаване на обществената подкрепа, разбиране, съучастие и легитимност на осъществяваните публични политики.
- Администраторите на фейсбук страниците на кметствата проектират и поддържат тези страници, така че да обхващат всички техни потенциални потребители, като вземат под внимание всички възможни видове взаимодействие със страниците, възможностите на различни видове устройства, ниво на техническо познание и личностни и/или колективни интереси.





Основни функции на институционалната фейсбук страница :

- **Информационна**

Съобщава новини, разяснява политики и програми, отговаря на често задавани въпроси.

- **Представителна**

Формира и отразява организационната идентичност на населеното място и общината. Отразява структурата, екипа и организационната логика на администрацията. Отразява единството в прилаганите от публичните организации политики на откритост, прозрачност и достъпност.



- **Комуникационна**

Предоставя информация и инструменти за дву- и многопосочна връзка с администрацията, насърчава общуването и разбирането между организацията и нейните публики, изгражда доверие, генерира подкрепа и участие.

- **Визия**

Страница трябва да съдържа наименование и дейност на администрацията, обща информация.

Местоположение, информация за контакти.

Съдържанието е основният фокус на всяка фейсбук страница. Администраторите полагат грижа за създаването и поддържането на актуално, качествено, подходящо, лесно за възприемане съдържание.

- **Основни изисквания:**

Текстовете да са написани на ясен, разбираем и достъпен за всички потребителски групи език.

Използване на кратки, лесни за четене и за разбиране изречения. Следва да се избягват дългите формулировки, с препратки и с професионален жаргон.

Представянето на съдържание чрез използването на вградени илюстрации, анимирани графики, интерактивни елементи и видео се препоръчва, при възможност.

Използването на дълги и неразбираеми съкращения трябва да бъде ограничено, а където не може да бъде избегнато – задължително да бъде предхождано от пълната форма на съкратеното наименование.

Всяка публикация да преминава редакционна проверка преди публикуването ѝ на страницата. Граматически, правописни и пунктуационни грешки в текстовете са недопустими и своевременно трябва да се отстраняват.

Недопустимо е използването на формулировки и терминология, която може да бъде определена като обидна или агресивна за отделни групи потребители.



Свобода на словото

Член 11 - Свобода на изразяване на мнение и свобода на информацията от Хартата на основните права на Европейския съюз:

Всеки има право на свобода на изразяването на мнения. Това право включва свободата да отстоява своето мнение, да получава и да разпространява информация и идеи без намеса на публичните власти и независимо от границите.



Свободата на мнение и изразяване са основни права на всяко човешко същество.

Незаменими за индивидуалното достойнство и реализация.

Те също представляват и основа за демокрация, върховенство на закона, мир, стабилност, устойчиво развитие и участие в обществените дела. Държавите имат задължението да уважават, защитават и насърчават правото на свобода на мнение и изразяване.

Технологичните иновации в информационните и комуникационни технологии създадоха нови възможности за хората да разпространяват информация до масова аудитория.

По този начин те имат важно въздействие върху участието и приноса на гражданите при вземането на решения и различни процеси. Тези иновации донесоха и нови предизвикателства. Всички човешки права, които съществуват офлайн трябва да бъдат защитени и онлайн, по-специално правото на свобода на мнение и изразяване и правото на неприкосновеност на личния живот, което включва и защита на личните данни.

Социалните медии са добър начин свободата на словото и информацията да стане достъпна за всички. Тази перспектива обаче работи само в светлината на положителното използване на социалните медии. В социалните медии свободата на словото е за всички, което означава, че на всяка гледна точка, както от положителна, така и от отрицателна страна, е позволено да има глас.

Злоупотребата със свободата на словото е често срещана онлайн. Повечето жертви на това, са тези, които не могат да проверят информацията, която четат и на която потенциално вярват.

Свободата на словото служи, за да насърчи хората да изразяват мненията си, без да се страхуват от несправедливи последствия. Целта - свобода на словото, е постигната в онлайн комуникацията, но също така тя създаде възможности за тези, които искат да разпространяват дезинформация.

Свободата на словото в определени случаи има и ограничения.

Конституция на Република България

Чл. 39. (1) Всеки има право да изразява мнение и да го разпространява чрез слово - писмено или устно, чрез звук, изображение или по друг начин.

(2) Това право не може да се използва за накърняване на правата и доброто име на другото и за призоваване към насилствена промяна на конституционно установения ред, към извършване на престъпления, към разпалване на вражда или към насилие над личността.

Чл. 41. (1) Всеки има право да търси, получава и разпространява информация. Осъществяването на това право не може да бъде насочено срещу правата и доброто име на другите граждани, както и срещу националната сигурност, обществения ред, народното здраве и морала.



Реч на омразата

"Езикът на омразата" няма общоприето определение.

Според резолюция на Европейския парламент от 1 март 2018 г. относно положението с основните права в ЕС през 2016 г. (2017/2125(INI)):

Речта на омразата включва всички форми на изразяване както онлайн, така и офлайн, които разпространяват, насърчават, популяризират или оправдават расовата омраза, ксенофобията или предразсъдъците срещу пол, раса, цвят на кожата, етнически или социален произход, генетични характеристики, език, религия или убеждения, политически или други мнения, принадлежност към национално малцинство, имотно състояние, рождение, увреждане, възраст, сексуална ориентация, или други форми на омраза, основани на нетолерантност.



Според българския Наказателния кодекс Чл. 162. (1) Който чрез слово, печат или други средства за масова информация, чрез електронни информационни системи или по друг начин проповядва или подбужда към дискриминация, насилие или омраза, основани на раса, народност или етническа принадлежност, се наказва с лишаване от свобода от една до четири години и с глоба от пет хиляди до десет хиляди лева, както и с обществено порицание.

Съвети за поведение при ситуация с използване на реч на омразата :

- Проверка на фактите

Проверете произхода на съдържанието с помощта на търсачки, инструменти за проверка на факти и други надеждни източници. Можете също да изтеглите изображения и да ги пуснете чрез инструменти за търсене на изображения, за да разберете къде са се появили първо.

- Реагирайте

Когато е възможно, не оставайте мълчаливи, дори когато други са засегнати от реч на омразата. Говорете спокойно, но твърдо срещу речта на омразата, за да покажете ясно, че не сте съгласни със съдържанието на изявлението. Когато е уместно, опровергайте дезинформацията с факти, като предоставите надеждни източници в подкрепа на аргумента си.

- Предизвикателство

Един от начините за справяне с речта на омразата е да разпространявате своя собствена контрареч, за да сте сигурни, че омразата не е доминиращият разказ. Можете да подкопаете насаждащото омраза съдържание с положителни послания които разпространяват толерантност, равенство и истина в защита на онези, които са обект на омраза.

- Подкрепа

Заемането на публична позиция и изразяването на солидарност към хората които са обект на реч на омразата, показва, че отхвърлянето на омразата е отговорност на всеки човек.

- Докладвай

Повечето онлайн платформи и общности имат правила за да поддържат дискусиите на потребителите уважителни и ще ви позволят лесно да докладвате съобщения за омраза на администратори или модератори. Прочетете указанията и съветите за платформата за социални медии, за да защитите потребителите от тормоз и реч на омразата (виж страница 12-полезни ресурси).



Как да създаваме медийно съдържание

Петте „К“

Кой? Какво? Кога? Къде? Как? (Защо?)

Петте "К" са въпроси, чиито отговори се считат за основни при събирането на информация или решаването на проблеми. Те често се споменават в журналистиката, изследванията и полицейските разследвания. Съгласно принципа на петте "К", един доклад (или публикация) може да се счита за завършен само ако отговаря на тези въпроси.



Този метод прави възможно създаването на информативно съдържание, за разлика от литературното съдържание, с което сме свикнали в романите и историческите разкази. Дава възможност за споделяне на изчерпателна, обективна и проверена информация, която се оценява положително от читателите.

Пример с Петте "К":

Кой е източник на информацията? За кого става въпрос? Кой е засегнат? Кой има полза? Кой губи? Какво се е случило? Какви са последствията? Какво означава това за читателя? Къде се случва това (сграда, квартал, град, държава)? Къде трябва да отидат читателите, за да научат повече? Кога се е случило или ще се случи (час от деня, ден, месец, година)? Кога беше последната актуализация? Кога очаквате да научите повече? Кога ще се усетят ефектите? Защо се случи това събитие? Защо това е важно в голямата картина? Защо читателите трябва да се интересуват?

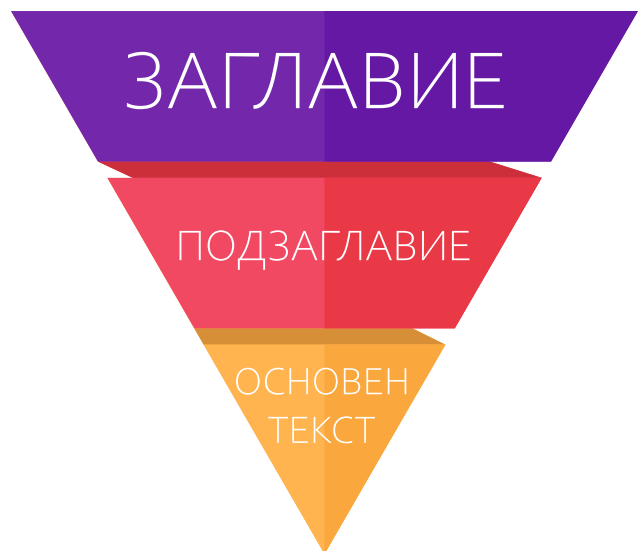
Фейсбук е социална медия, затова е нужно да се спазват базовите правила на средствата за масова информация.

Принцип на обърнатата пирамида

Основната идея на структурата на обърната пирамида е да представи информацията в низходящ ред по важност, така че най-важните концепции и твърдения да са разположени в горната част на темата.

Обърнатата пирамидална структура има следните предимства:

- Можете да привлечете вниманието на потребителя от първия ред.
- Потребителите могат бързо да разберат дали наистина трябва да прочетат целия текст.
- Потребителите могат да спрат да четат по всяко време и все пак да получат основното послание.
- Ако приложите структурата на обърната пирамида към всеки параграф, потребителите могат бързо да „сканират“ текста.



За повече яснота, отворете който и да е вестник и погледнете публикациите.

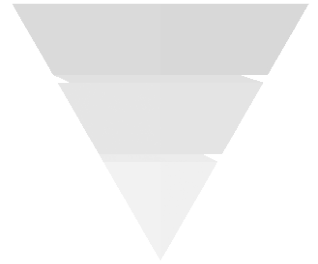
Съвсем ясно се вижда структурата на обърнатата пирамида.

Заглавие, подзаглавие и основен текст.



Как да използвате обърната пирамида

- Мислете за заглавието като за обобщение на темата. Добавете ключови думи към заглавието.
- Идентифицирайте основни твърдения, които потребителите трябва да знаят, преди да пристъпят към друга информация в темата. Включете най-важните ключови думи в началото на темата.
- Очертайте вторична информация. Преминете надолу по темата от по-важни към по-малко важни подробности.
- Осигурете контекст. Обърнете се към свързани въпроси, за да свържете темите заедно и да направите публикацията по-полезна.
- Придържайте се към обикновен език . Пишете стегнато, използвайте заглавия и подзаглавия, за да организирате темата в раздели и разделете информацията на кратки параграфи и списъци .



Фейсбук публикацията е добре да се придържа към следните правила за ефективното общуване

- **Конкретно** – правило, което включва изисквания за точно и ясно общуване само по темата или проблема, като се избягват общи, нищо незначещи фрази.
- **Кратко** – краткото изложение на проблема, спестява на комуникиращите страни време и средства. Означава да се каже най-важното ясно и точно, без излишни обяснения.
- **Ясно** – предаване на посланието по начин, по който да бъде разбрано във вида, в който е предадено. Отличаване на основните идеи, стегнат и опростен стил, добро структуриране – всичко това гарантира яснота на съобщението.
- **Коректно** – използване на проверени и коректни данни и факти в изложението, яснота и еднозначност на думите. Обикновено в кметствата пристигат уведомления от фирмите поддържащи електрозахранването, водоснабдяването, мобилните мрежи, интернет, за да бъдат оповестени. Ако достигат до вас на хартия, договорете те да ви се предоставят и в електронен вид, позволяващ обработка на текста в случай, че е нужно да се направят пояснения уточнявайки на разбираем за гражданите език служебните абривиатури или названия, които хората често не знаят какво означават.
- **Уважение** – това принципно изискване се отнася и за устното, и за писменото общуване. Важно е когато има зададени въпроси или коментари под дадена публикация, дори те да са с тенденциозен тон, отговорите да са дистанцирани от емоция, точни и компетентни. Не трябва да се забравя, че гражданите са с различни нива на знания и компетентности по темите, за които ги информираме и разяснявайки на един, този коментар ще бъде прочетен и от много други и това от една страна информира по-голяма аудитория по казуса и ви спестява време за индивидуални разяснения, а от друга ви представя като компетентна и работеща за благото на общността администрация.





Авторско право

- Авторското право е изключителното право на създателя да възпроизвежда и разпространява своето произведение.
- Авторското право възниква автоматично и не се изисква регистрация.
- Авторското право е временно: в Европа то продължава до смъртта на автора/последния оцелял автор + 70 години.
- Авторското право е териториално: в момента в ЕС съществуват 27 различни (частично хармонизирани) системи за авторско право.



Често в социалните мрежи или в други публикации ползваме изображения или споделяме текстове от други автори. Важно е да знаем в кои случаи може да се прави това без разрешение и в кои случаи трябва да се иска разрешението на автора.

Кои са обектите на авторско право?

Всяко произведение на литературата, изкуството и науката, което е резултат на творческа дейност и е изразено по какъвто и да е начин и в каквато и да е обективна форма, е обект на авторско право. Това на практика означава много широк кръг от произведения – литературни творби, журналистически материали, но също така и компютърни програми, музикални произведения, филми, снимки, дизайн. Обект на авторско право са и графично оформление на печатно издание, преводи, аранжирани музикални произведения и други подобни.

Има изключения, върху които не може да се претендира авторско право. Това са закони и други нормативни актове, както и идеи, концепции и фолклорни творби, новини, факти, сведения и данни. Ето защо, един разказвач на истории (журналист в традиционна медия или пък младеж в дигитална мрежа) има авторско право върху своя текст, но не и върху самата новина или факт, както и върху данните, включени в статията му.

Какви права има един автор върху своето произведение?

Освен право на възнаграждение за всяко ползване на произведението и неговото разпространение, авторът има и други права. Това включва правото на автора да реши дали създаденото от него произведение може да бъде разгласено; дали да използва собственото си име или псевдоним; дали да допусне промяна на произведението.

Кога и как може да се използва едно произведение, защитено от авторското право?

При използване на едно произведение – при неговото възпроизвеждане, разпространение, излъчване, представяне, включително публикуване в сайт или блог, трябва да се иска разрешение от автора

Когато ползваме изображения или текстове от интернет, това не означава, че те са безплатни и свободни за ползване. Точно обратното. Презумцията е, че **НЕ СА свободни за ползване**.

Обикновено в уебсайтовете, в долната част, се намира секция "Условия за ползване". В този раздел е описано какво и как може или не може да се ползва от уебсайта и при какви условия.

Ако не намирате такава секция или описание за условията на ползване, трябва да се свържете с автора на изображението или текста, за да поискате разрешение за ползване.

В мрежата има и източници (уебсайтове) които предлагат използване на изображения напълно свободно и за всякакви цели (комерсиални, благотворителни, за лично ползване и т.н.). Няма условие за цитиране на авторство и др.

От следния линк можете да ползвате такива изображения: www.pixabay.com



Реакция при кризи и инциденти

Как трябва да се реагира при инцидент, кога и как да се разпространява информация за инциденти в социалните медии.

Криза е явление или съвкупност от явления, в нашия случай от институционален или обществен план, нестабилно или опасно състояние, засягащо група, общност или цялото общество.

Инцидент е изненадващо неприятно събитие, което предизвиква нараняване или смъртта на хора.



Видове инциденти:

Катастрофи, битови инциденти, атентати, побой (сбиване), индустриална авария, природни бедствия, тежко престъпление и др.

Важно е първо да се обмисли ситуацията и необходимостта от публикуване от гледна точка на броя заинтересовани да получат тази информация с оглед на тяхната и на семействата им безопасност, едва след това да се публикува или споделя! Публикувайте едва след комуникация с отговорните за реакция институции относно инцидента.

Недопустимо е да се публикува непотвърдена информация или такава от неблагонадеждни източници.

Каква информация да споделяме?

Споделяме факти без емоционални думи;

Не публикуваме лични данни и лична информация, ако участниците в инцидента не са дали разрешение;

Не публикуваме жертви или участници в инцидента в унизително и безпомощно състояние;

Не публикуваме снимки на непълнолетни лица;

Не използваме думи като "шок", "ужас", "страх" - те могат да повишат ненужно тревожността в общността.

Добре е да се използват някои подходящи типови фрази: „Ситуацията е овладяна, положението е под контрол“; „Изказваме съпричастност/дълбоки съболезнования на близките на пострадалите от случилото се“; „Всичко възможно за минимизиране на щетите е направено“, т.е. трябва да се създаде усещане, че има антикризисен план и той се реализира; „Все още не всички детайли за случилото се са известни, но в последващите изявления ще бъдат дадени повече подробности“; „Води се разследване“; „Институцията е крайно загрижена за случилото се“ и др.



Безопасност в социалните мрежи

Създаване на надеждна парола и по-добре защитен профил.

Надеждната парола и актуализираната информация за възстановяване ви помагат да защитите профила си.

Надеждната парола ви помага за следното:

- Да защитите личната си информация.
- Да защитите своите имейли, файлове и друго съдържание.
- Да предотвратите проникване на други лица в профила ви.



Спазвайте изискванията за паролата

Можете да използвате за паролата всяка комбинация от букви, цифри и символи.

Не трябва да използвате парола, която:

- е изключително ненадеждна, като например „парола123“;
- сте ползвали преди в профила си;

Следвайте съветите за надеждна парола

Надеждната парола може да се помни лесно от вас, но е почти невъзможна за отгатване от други лица. Прегледайте следните съвети, за да научите кога една парола е сигурна, след което създайте своята, като ги следвате.

Паролата ви трябва да е уникална

Използвайте различни пароли за всеки от важните си профили, като например за електронна поща и за онлайн банкиране.

Използването на едни и същи пароли за важните профили е рисковано. Ако някой научи паролата ви за един профил, той може да получи достъп до електронната ви поща, адреса и дори парите ви.

Създайте по-дълга и по-запомняща се парола

Дългите пароли са по-надеждни, затова създайте такава с дължина поне 12 знака. Следните съвети могат да ви помогнат да създавате по-дълги пароли, които са по-лесни за запомняне. Опитайте да използвате:

- текст от песен или стихотворение;
- смислен цитат от филм или реч;
- откъс от книга;
- поредица от думи, които имат смисъл за вас;
- съкращение – създайте парола от първата буква на всяка дума в дадено изречение.

Избягвайте пароли, които може да бъдат отгатнати от:

- хора, които ви познават;
- хора, които преглеждат леснодостъпна информация (като например потребителския ви профил в социална медия).

Можете да използвате безплатния инструмент за генериране на надеждни пароли на Фондация

•Уеб Шелф•, създаден по този проект: www.passgen.websshelf.eu



Мисля, че страницата ми във Facebook е хакната или превзета от някого

Ако нямате достъп до страницата си, първо проверете дали друг администратор или човек с достъп до Facebook и пълен контрол върху страницата не ви е премахнал.

Най-доброто, което можете да направите, е да се свържете с администратор на страницата или с човек с достъп до Facebook и пълен контрол върху страницата и да го помолите да ви добави отново. Има различни видове роли и достъп до страницата и единствено администраторите на страницата или хората с достъп до Facebook и пълен контрол могат да добавят или премахват хора.



До страниците може да бъде осъществен достъп само от личен акаунт, който принадлежи на администратор или на човек с достъп до Facebook за страницата. Ако мислите, че страницата ви е превзета от някого, това може да означава, че личният ви акаунт или акаунтът на човек, който работи по страницата ви, е хакнат.

Акаунтът ви може да е хакнат, ако забележите, че:

- Имейлът ви или паролата ви са променени.
- Името ви или рожденият ви ден са променени.
- Има изпратени покани за приятелство на хора, които не познавате.
- Има изпратени съобщения, които не сте написали вие.
- Има нови публикации, които не сте създали вие.

Ако личният ви акаунт е хакнат, можете да предприемете стъпки да го защитите. Ако мислите, че човек, който работи по страницата ви, е хакнат, кажете му да отиде в раздел Хакнати акаунти на Помощния център, за да получи незабавна помощ.

Имайте предвид, че е възможно да сте изгубили достъп до страницата си и ако не сте упълномощеният представител на темата или съдържанието на страницата или ако страницата ви е била докладвана и премахната заради нарушаване на нечии права на интелектуална собственост.

Възстановете акаунта си във Facebook от страницата „Намерете акаунта си“

- Отидете в страницата „Намерете акаунта си“ на facebook.com/login/identify и следвайте инструкциите. Уверете се, че използвате компютър или мобилен телефон, с който вече сте влизали в акаунта си във Facebook.
- Потърсете акаунта, който искате да възстановите. Можете да търсите акаунта си по име, имейл адрес или телефонен номер.
- Следвайте стъпките на екрана, за да нулирате паролата на акаунта си.

Промяна на паролата

За да смените паролата си във Facebook, ако вече сте влезли:

- Щракнете върху снимката на профила си в горната дясна част на Facebook.
- Изберете Настройки и поверителност, след което щракнете върху Настройки.
- Щракнете върху Защита и вход.
- Щракнете върху Редактиране до Промяна на паролата.
- Въведете текущата и новата парола.
- Щракнете върху Запазване на промените.



Полезни ресурси

ПРАВИЛА ЗА ИНСТИТУЦИОНАЛНА ИДЕНТИЧНОСТ НА ИНТЕРНЕТ СТРАНИЦИТЕ И ПОРТАЛИ НА ДЪРЖАВНАТА АДМИНИСТРАЦИЯ

(определени от председателя на Държавна агенция „Електронно управление“

в съответствие с чл. 40, ал. 1 на Наредбата за общите изисквания

към информационните системи, регистрите и електронните административни услуги)

<https://egov.government.bg/wps/wcm/connect/egov.government.bg-2818/9e24fa7d-ecc3-47bf-ac4f->

[e6b1e6bca4736/%D0%9F%D0%A0%D0%90%D0%92%D0%98%D0%9B%D0%90%2B%D0%98%D0%98%2Bv4%2B2019.pdf?MOD=AJPERES&CVID=odoCP8L](https://egov.government.bg/wps/wcm/connect/egov.government.bg-2818/9e24fa7d-ecc3-47bf-ac4f-6b1e6bca4736/%D0%9F%D0%A0%D0%90%D0%92%D0%98%D0%9B%D0%90%2B%D0%98%D0%98%2Bv4%2B2019.pdf?MOD=AJPERES&CVID=odoCP8L)



Наръчникът на общинската администрация за работа и комуникация с гражданите и бизнеса, разработен по Проект „Общинските администрации-достъпни, прозрачни и компетентни“, осъществяван с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Административен капацитет“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския социален фонд.

https://plovdivcentral.org/wp-content/uploads/2020/02/Naruchnik_edinni_standarti.pdf

Уроци за създаване на кратко аматьорско видео за кауза

<https://www.ngobg.info/bg/news/125324-%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BE-%D1%83%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B8-%D0%B7%D0%Bo-%D1%81%D1%8A%D0%B7%D0%B4%D0%Bo%D0%B2%D0%Bo%D0%BD%D0%B5-%D0%BD%D0%Bo-%D0%BA%D1%80%D0%Bo%D1%82%D0%BA%D0%BE-%D0%Bo%D0%BC%D0%Bo%D1%82%D1%8C%D0%BE%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%BE-%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BE.html>

СЪЗДАВАНЕ НА СЪДЪРЖАНИЕ ЗА СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ

<https://www.unicef.org/bulgaria/media/5856/file/%D0%9F%D1%80%D0%Bo%D0%B2%D0%BE%D1%82%D0%BE%20%D0%BC%D0%B8%20%D0%BD%D0%Bo%20%D0%BC%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20-%D1%81%D1%8A%D0%B7%D0%B4%D0%Bo%D0%B2%D0%Bo%D0%BD%D0%B5%20%D0%BD%D0%Bo%20%D1%81%D1%8A%D0%B4%D1%8A%D1%80%D0%B6%D0%Bo%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%B2%20%D0%A1%D0%9C.pdf>

Кодекс на поведение за противодействие на незаконните изказвания онлайн, пораждащи омраза

https://commission.europa.eu/document/551c44da-baae-4692-9e7d-52d20c04e0e2_bg

Политика на фейсбук срещу реч на омразата:

<https://transparency.fb.com/bg-bg/policies/community-standards/hate-speech/>

Докладване на злоупотреба:

<https://www.facebook.com/help/1753719584844061/>

Онлайн инструмент за генериране на надеждни пароли

www.passgen.webshef.eu

Част от изображенията пристигат от: www.freepik.com