

УТВЕРЖДАЮ

Бр.п.о. Директора ФГБНУ «НИИ питания»



Никитюк Д.Б.

01 _____ 2016 г.

РЕГЛАМЕНТ (извлечение)

взаимодействия ФГБНУ «НИИ питания» со средствами массовой информации

1. Общие положения

- 1.1. Настоящий Регламент разработан с целью установления системного подхода к информационному сопровождению деятельности ФГБНУ «НИИ питания» (далее - Институт) и совершенствованию порядка предоставления средствам массовой информации (далее - СМИ) своевременной и объективной информации, упорядочения взаимодействия должностных лиц и структурных подразделений Института со СМИ.
- 1.2. Настоящий Регламент разработан в соответствии с Федеральными Законами №2124-1 от 27.12.1991 «Закон о средствах массовой информации», №38-ФЗ от 13.03.2006 "О рекламе" и Уставом ФГБНУ «НИИ питания» и определяет порядок взаимодействия Института со СМИ.
- 1.3. Осуществление взаимодействия Института со СМИ производится на основании письменного запроса от СМИ в соответствии с Приложением 1 к настоящему Регламенту или по инициативе Института в рамках плана его информационно-просветительской деятельности.
- 1.4. Общую координацию взаимодействия со СМИ осуществляет должностное лицо Института, ответственное за организацию работы Института со СМИ. При необходимости руководители структурных подразделений Института определяют работников, уполномоченных на подготовку официальной информации для СМИ.
- 1.5. Работники Института, предоставляющие информацию журналистам и редакциям СМИ, несут персональную ответственность за ее достоверность и отсутствие в ней

сведений конфиденциального характера, а также составляющих государственную и иную охраняемую законом тайну.

2. Порядок предоставления информации СМИ

- 2.1. Официальная информация предоставляется СМИ в устной или в письменной форме, в том числе путем размещения ее на официальном сайте Института. Форма предоставления информации определяется директором Института.
- 2.2. К официальной информации, предоставляемой в устной форме, относятся: публичные выступления, интервью и комментарии работников Института, в том числе данные ими в теле- и радиопередачах, на пресс-конференциях, брифингах, "круглых столах" и других мероприятиях, организуемых как СМИ, так и Институтом.
- 2.3. К официальной информации, предоставляемой в письменной форме, относятся: научно-популярные статьи, книги и брошюры, пресс-релизы, сообщения для прессы информационного и справочного характера, анонсы предстоящих мероприятий и другие информационные материалы, в том числе публикуемые на официальном интернет-сайте Института, в печатных и электронных изданиях.
- 2.4. Официальные публикации и интервью в СМИ работников Института по вопросам, входящим в их компетенцию, в обязательном порядке согласовываются с руководителем структурного подразделения и должностным лицом, уполномоченным на организацию работы Института со СМИ, и, в отдельных случаях утверждаются руководством Института.
- 2.5. Ответы на запросы официальной информации в письменной или устной форме готовятся работниками Института и передаются в СМИ в сроки, установленные ФЗ № 2124-1 от 27.12.1991 «Закон о средствах массовой информации».
- 2.6. Институт может осуществлять информационно-просветительскую деятельность (пропаганда здорового образа жизни и здорового питания, информирование населения о качестве и безопасности пищевых продуктов, сбалансированном рационе и видах специализированной пищевой продукции лечебного и профилактического действия) в рамках договоров/соглашений со СМИ об информационном сотрудничестве как на безвозмездной, так и на компенсационной основе.
- 2.7. Заключение договоров/соглашений со СМИ об информационном сотрудничестве производится на основании положений Устава ФГБНУ «НИИ питания» (пп. 21, 22, 23 и 24).

2.8. Договор/соглашение об информационном сотрудничестве может быть заключен со следующими СМИ:

- телевизионные каналы, имеющие в своей структуре подразделения информационно-аналитического вещания и научных телепрограмм;
- печатные и интернет-издания, радиостанции, имеющие соответствующие образовательные разделы (рубрики, тематические страницы, приложения, колонки) посвященные здоровому образу жизни (здоровому питанию);
- телевизионные студии, производящие тематическую продукцию по заказу телеканалов (с государственным участием, коммерческих, отечественных и зарубежных).

2.9. Договор/соглашение об информационном сотрудничестве должен содержать положения, налагающие на СМИ обязанность по требованию должностного лица, ответственного за организацию работы Института со СМИ, предоставлять на согласование тексты до их опубликования, а также официально сообщать дату выхода в эфир телевизионной и радиопрограммы, дату опубликования текстов в печатных и интернет СМИ (включая ссылки на размещение материалов в сети интернет), где была использована официальная информация, предоставленная Институтом.