

Приложение
к приказу Университета
имени О.Е. Кутафина (МГЮА)
от «25» июня 2024 года № 409

**ПОЛОЖЕНИЕ
ОБ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЮРИДИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ О.Е. КУТАФИНА (МГЮА)»**

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Положение об информационной политике федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)» (далее – Информационная политика, Положение) разработано в соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных», Федеральным законом от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Уставом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)» (далее – Университет) и иными локальными нормативными актами Университета.

1.2. Положение определяет цели, задачи, принципы и порядок реализации Информационной политики Университета.

1.3. Действие Положения распространяется на все структурные подразделения Университета, в том числе институты (филиалы), работников и обучающихся Университета.

1.4. Контроль за соблюдением Информационной политики осуществляется Пресс-службой Университета.

2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ОБОЗНАЧЕНИЯ

2.1. Информационная политика – комплекс мероприятий, направленных на создание в Университете единой системы работы с информацией, удовлетворение потребностей целевых аудиторий и заинтересованных лиц в получении полной, актуальной и достоверной информации о деятельности Университета.

2.2. Информация – сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления.

2.3. Информационный повод – событие, позволяющее привлечь внимание целевой аудитории.

2.4. Информационный ресурс – технические, печатные, электронные или иные средства, используемые для распространения информации об Университете.

2.5. Единое информационное пространство – совокупность информационных ресурсов и способов распространения официальной информации о деятельности Университета.

2.6. Целевая аудитория – группа людей, которая заинтересована в получении определенной информации об Университете.

2.7. Общедоступная информация – общеизвестные сведения и иная информация, доступ к которой не ограничен.

2.8. Информация ограниченного доступа – информация, доступ к которой ограничен законодательством Российской Федерации.

2.9. Предоставление информации – действия, направленные на получение информации определенным кругом лиц или передачу информации определенному кругу лиц.

2.10. Распространение информации – действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц.

2.11. Бренд – набор уникальных характеристик, отличающих Университет от других организаций.

2.12. Фирменный стиль – комплексный набор шрифтовых, цветовых, графических констант, которые подчинены единой стилистике, принятой в Университете.

2.13. Эксперт – работник Университета, который обладает специальными знаниями в определенной области, соответствующими полномочиями и привлекается для взаимодействия со средствами массовой информации (далее – СМИ) по вопросу подготовки экспертного мнения для последующего его распространения в СМИ или размещения на информационных ресурсах Университета.

3. ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ПРИНЦИПЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

3.1. Целями Информационной политики являются:

- удовлетворение потребностей целевой аудитории и заинтересованных лиц в получении полной, актуальной и достоверной информации о деятельности Университета;

- недопущение распространения недостоверной и/или некорректной информации об Университете;

- обеспечение квалифицированного и качественного взаимодействия со СМИ;

- предотвращение информационных рисков, способных нанести ущерб репутации и имиджу Университета;

- формирование в информационном пространстве положительного имиджа Университета, соответствующего его многолетней деятельности по

подготовке специалистов высокого класса по реализуемым образовательным программам всех уровней подготовки.

3.2. Основными задачами Информационной политики являются:

- определение правил и порядка распространения и представления информации об Университете;
- формирование и развитие единого информационного пространства Университета;
- непрерывное информационное сопровождение деятельности Университета;
- комплексный мониторинг информации об Университете, включая информацию, распространение которой может нанести ущерб его интересам и репутации;
- противодействие распространению недостоверной информации об Университете;
- обеспечение корректного использования фирменного стиля Университета;
- продвижение бренда Университета в СМИ, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и иных информационных ресурсах;
- организация эффективного взаимодействия со СМИ, пресс-службами органов государственной власти, общественных организаций и партнеров в соответствии с положениями Информационной политики;
- повышение уровня представленности Университета и его работников в СМИ, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и иных информационных ресурсах;
- повышение и сохранение ведущей позиции Университета в официальном рейтинге медийной активности образовательных организаций высшего образования (M-RATE);
- создание и ведение банка фото- и видеоматериалов о деятельности Университета по различным направлениям, необходимых для достижения целей Информационной политики.

3.3. Принципами информационной политики являются:

- осуществление работы с информацией в строгом соответствии с законодательством Российской Федерации;
- достоверность предоставляемой и распространяемой информации;
- открытость и доступность раскрываемой информации, за исключением информации ограниченного доступа;
- свобода поиска, получения, передачи и распространения раскрываемой информации любым законным способом;
- обеспечение защищенности информации ограниченного доступа;
- соблюдение прав граждан на неприкосновенность частной жизни, недопустимость сбора, хранения, использования и распространения информации о частной жизни лица без его согласия;
- реализация Информационной политики Университета в координационном взаимодействии с Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

4. РАСКРЫТИЕ ИНФОРМАЦИИ ОБ УНИВЕРСИТЕТЕ

4.1. Информация о деятельности Университета подразделяется на:

4.1.1. Информацию, подлежащую обязательному раскрытию неопределенному кругу лиц в соответствии с законодательством Российской Федерации.

4.1.2. Информацию, распространяемую Университетом в инициативном порядке через собственные информационные ресурсы с целью удовлетворения потребностей целевых аудиторий и заинтересованных лиц в получении полной, актуальной и достоверной информации о деятельности Университета.

4.1.3. Информацию, предоставляемую Университетом по запросу уполномоченных органов и заинтересованных лиц в соответствии с законодательством Российской Федерации.

4.1.4. Информацию ограниченного доступа, в отношении которой устанавливается режим обязательного соблюдения конфиденциальности.

4.2. Исключительным правом выступать публично и размещать публикации от имени Университета обладают ректор Университета, проректоры Университета в рамках курируемых сфер деятельности, директор Пресс-службы Университета. При необходимости указанные должностные лица вправе делегировать полномочия руководителям структурных подразделений, а также иным работникам Университета.

4.3. Исключительным правом выступать публично и размещать публикации от имени институтов (филиалов) Университета обладают директора институтов (филиалов), заместители директоров в рамках курируемых сфер деятельности, а также определяемые директорами институтов (филиалов) должностные лица, выполняющие функции пресс-службы и ответственные за реализацию Информационной политики.

4.4. Университет вправе не комментировать информацию, слухи, домыслы и мнения, способные нанести ущерб его деловой репутации или третьим лицам.

4.5. В случае распространения информации, не соответствующей действительности, Пресс-служба проводит комплексный анализ ситуации и в целях минимизации информационных рисков для Университета принимает все необходимые меры по опровержению информации, не соответствующей действительности.

4.6. С целью систематизации информационных материалов, распространяемых и размещаемых на информационных ресурсах Университета, к публикации и распространению принимаются наиболее значимые информационные поводы.

4.7. К примерному перечню наиболее значимых информационных поводов относятся:

4.7.1. Комплексное освещение в информационном пространстве деятельности Университета.

4.7.2. Информационное сопровождение приемной кампании Университета.

4.7.3. Достижения обучающихся, работников из числа профессорско-преподавательского состава и иных работников Университета, в том числе победы в конкурсах на выделение грантов, назначения именных стипендий, награждения работников, а также достижения выпускников Университета.

4.7.4. Участие обучающихся и работников Университета в общественно значимых мероприятиях по профилю научно-исследовательской и педагогической деятельности, а также в сфере молодежной политики.

4.7.5. Установление партнерских отношений и подписание соответствующих соглашений о сотрудничестве.

4.7.6. Актуальные исследования, подготовленные обучающимися и научно-педагогическими работниками Университета.

4.7.7. Открытие Университетом новых образовательных программ, курсов, иных образовательных, научных и молодежных проектов.

4.7.8. Анонсы значимых мероприятий, направленных на внешнюю аудиторию.

4.7.9. Экспертные мнения.

4.7.10. Присутствие Университета на лидирующих позициях в рейтингах по различным направлениям деятельности.

5. СПОСОБЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

5.1. Университет распространяет информацию посредством собственных официальных информационных ресурсов, а также с применением иных способов, не запрещенных законодательством Российской Федерации.

5.2. Единый перечень официальных информационных ресурсов Университета и институтов (филиалов) Университета формируется с использованием следующих информационных систем:

- социальная сеть «ВКонтакте»;
- социальная сеть «Одноклассники»;
- мессенджер Telegram;
- видеохостинг Rutube;
- контентная платформа «Дзен».

5.3. К официальным информационным ресурсам Университета относятся:

5.3.1. Сайт Университета в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»: msal.ru.

5.3.2. Верифицированное сообщество социальной сети «ВКонтакте»: vk.com/msal_ru «Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)».

5.3.3. Верифицированная группа в социальной сети «Одноклассники» (с подтверждением статуса государственной организации) ok.ru/group68768217825332 «Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)».

5.3.4. Канал на контентной платформе «Дзен»: dzen.ru/msal «МГЮА».

5.3.5. Верифицированный телеграм-канал: t.me/msal_kutafina «МГЮА».

5.3.6. Канал на видеохостинге Rutube: rutube.ru/channel/14342986 «Университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)».

5.3.7. Информационные стенды на территории Университета.

5.3.8. Медиаэкраны на территории Университета.

5.4. Информация о деятельности Университета распространяется на информационных ресурсах Студенческого медиацентра, подтвержденных Университетом:

5.4.1. Сообщество в социальной сети «ВКонтакте»: vk.com/molmsal «Молодежь МГЮА| Инфоблок».

5.4.2. Телеграм-канал: t.me/molmsal «Молодежь МГЮА| Инфоблок».

5.4.3. Печатное издание «Молодежь МГЮА».

5.5. Информация о деятельности Университета может предоставляться в устной или письменной форме лицами, имеющими на то право в соответствии с Информационной политикой.

5.6. Структурные подразделения Университета и институты (филиалы) вправе распространять информацию о своей деятельности на собственных информационных ресурсах с соблюдением положений Информационной политики.

5.7. В случае создания нового информационного ресурса структурного подразделения Университета или института (филиала) Университета, а также смены администратора информационного ресурса руководитель структурного подразделения незамедлительно уведомляет Пресс-службу или должностное лицо, ответственное за реализацию Информационной политики в институте (филиале) Университета.

6. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ УНИВЕРСИТЕТА

6.1. Целевые аудитории Университета подразделяются на внутренние и внешние.

6.2. К внутренней целевой аудитории Университета относятся:

6.2.1. Обучающиеся – физические лица, осваивающие реализуемые Университетом образовательные программы.

6.2.2. Научно-педагогические работники – физические лица, состоящие в трудовых отношениях с Университетом и выполняющие обязанности по обучению, воспитанию обучающихся и (или) организации образовательной деятельности, а также осуществляющие научные исследования.

6.2.3. Работники – физические лица, состоящие в трудовых отношениях с Университетом.

6.3. К внешней целевой аудитории Университета относятся:

6.3.1. Абитуриенты, их родители – лица, обладающие правом и желанием поступить на обучение в Университет, и их законные представители.

6.3.2. Выпускники Университета – лица, завершившие освоение образовательных программ Университета.

6.3.3. Работодатели – организации, заинтересованные в трудоустройстве обучающихся или выпускников Университета, потенциальные партнеры Университета.

6.3.4. Органы государственной власти и партнеры Университета.

6.3.5. Средства массовой информации.

7. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ПО ВОПРОСАМ РЕАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

7.1. Структурным подразделением Университета, ответственным за реализацию Информационной политики, является Пресс-служба.

7.2. Структурные подразделения Университета при планировании проведения мероприятий и (или) совершении действий, которые потенциально могут вызвать реакцию в информационном пространстве, заблаговременно информируют Пресс-службу в установленном в Университете порядке в целях надлежащего сопровождения соответствующих событий.

7.3. Сведения о наиболее значимых информационных поводах, подлежащих распространению и публикации в СМИ или на информационных ресурсах Университета, направляются в Пресс-службу в соответствии с установленными в Университете правилами работы в системе медиапланирования.

7.4. В целях повышения уровня представленности Университета и его работников в информационном пространстве руководители структурных подразделений Университета осуществляют комплексное взаимодействие с Пресс-службой по следующим вопросам:

- формирование группы экспертов из числа работников структурного подразделения с целью подготовки экспертного мнения для последующего его распространения в СМИ или размещения на информационных ресурсах Университета;
- предоставление по запросу Пресс-службы Университета оперативной информации для ее дальнейшего распространения в СМИ и на информационных ресурсах Университета;
- качественное сопровождение информационных поводов, участниками которых являются представители структурных подразделений.

7.5. Структурные подразделения Университета согласовывают с Пресс-службой в установленном порядке размещение информационных материалов на территории Университета.

7.6. Пресс-служба рассматривает вопрос о возможности публикации информации по сопровождаемым информационным поводам и принимает решение о времени, формате, способе ее распространения исходя из целей, задач и принципов Информационной политики.

7.7. Институты (филиалы) Университета самостоятельно определяют порядок взаимодействия структурных подразделений в целях соблюдения и реализации Информационной политики.

8. ПОРЯДОК ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УНИВЕРСИТЕТА СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

8.1. Структурным подразделением Университета, ответственным за взаимодействие со СМИ, является Пресс-служба.

8.2. Работники Университета оказывают содействие Пресс-службе при подготовке информационных материалов об Университете, ответов на запросы

средств массовой информации, оперативно предоставляют достоверную и исчерпывающую информацию.

8.3. Работники и обучающиеся Университета незамедлительно информируют Пресс-службу о поступлении к ним запроса от средств массовой информации для организации дальнейшего взаимодействия.

8.4. Осуществление профессиональной деятельности СМИ на территории Университета возможно исключительно после завершения Пресс-службой процедуры аккредитации соответствующего СМИ, включая согласование времени, даты и места профессиональной деятельности.

8.5. Институты (филиалы) Университета самостоятельно определяют порядок взаимодействия со СМИ в целях соблюдения и реализации Информационной политики.