

КГКУ «Управление автомобильных дорог по Красноярскому краю»

СТАНДАРТ ОРГАНИЗАЦИИ



КРУДОР

**ПОРЯДОК ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
КГКУ «УПРАВЛЕНИЕ АВТОМОБИЛЬНЫХ ДОРОГ
ПО КРАСНОЯРСКОМУ КРАЮ»
СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

СТО 01 - 2025

КРАСНОЯРСК, 2025 г.

ПРЕДИСЛОВИЕ

РАЗРАБОТАН сотрудниками краевого государственного казенного учреждения «Управление автомобильных дорог по Красноярскому краю» в составе:
С.А. Ильин, начальник информационно-аналитического отдела.

УТВЕРЖДЕН краевым государственным казенным учреждением «Управление автомобильных дорог по Красноярскому краю»

ВЗАМЕН СТО 02 – 2012 Порядок взаимодействия КГКУ КРУДОР и СМИ

ОТВЕТСТВЕННЫЙ ЗА АКТУАЛИЗАЦИЮ

Информационно-аналитический отдел

Стандарт организации

Порядок взаимодействия
КГКУ «Управление автомобильных дорог
по Красноярскому краю» и средств массовой
информации

Взамен
СТО 02 - 2012

Утвержден и введен в действие приказом от 7 октября 2025 г., приказ № 274-п

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	2
Стандарт организации	3
1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ.....	5
2. НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ	5
3. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ	6
4. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	7
5. ЦЕЛИ РЕГЛАМЕНТА.....	7
6. КООРДИНАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПРЕДОСТАВЛЕНИЮ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ СМИ	8
7. ПОРЯДОК ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СМИ.....	9
8. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЙ, БРИФИНГОВ И ПРЕСС-ПОДХОДОВ.....	10
9. МОНИТОРИНГ СМИ.....	10
10. ОФОРМЛЕНИЕ И ОБРАБОТКА ЗАПРОСОВ СМИ.....	11
11. ВЕДЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ.....	11
12. ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ С УЧАСТИЕМ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ	12
13. ИНФОРМАЦИЯ, ЗАПРЕЩЕННАЯ ДЛЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СМИ.....	13
14. СОТРУДНИКИ УПРАВЛЕНИЯ, ИМЕЮЩИЕ ПОЛНОМОЧИЯ ПРЕДОСТАВЛЯТЬ ИНФОРМАЦИЮ СМИ.....	14
15. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ДОЛЖНОСТНЫХ ЛИЦ И СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ В РАМКАХ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ СМИ	14
16. ПОРЯДОК ПОДАЧИ ЗАЯВОК НА ОРГАНИЗАЦИЮ ФОТО- И ВИДЕОСЪЕМОК И СРОКИ ИХ РАССМОТРЕНИЯ.....	15
17. РАБОТА С ОБРАЩЕНИЯМИ ГРАЖДАН	15

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

1.1 Настоящий стандарт разработан с целью обеспечения системного подхода для повышения открытости и прозрачности деятельности КГКУ «Управление автомобильных дорог по Красноярскому краю» (далее – Управление) и устанавливает порядок взаимодействия Управления со средствами массовой информации (далее - СМИ) и общественностью.

1.2 Стандарт разработан в соответствии с Конституцией РФ, Законом РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 11.03.2024) «О средствах массовой информации, Федеральным законом от 22.12.2008 №256-ФЗ «О государственной тайне», Федеральным законом от 29.07.2004 № 98-ФЗ «О коммерческой тайне», Федеральным законом от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных», Федеральным законом от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», Федеральным законом от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», Федеральным законом от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации», Уставом Управления, положением Информационно-аналитического отдела и нормативными документами Управления, регламентирующими выполнение работ по обеспечению взаимодействия Управления со СМИ и общественностью.

1.3 Изменения и дополнения в настоящий Стандарт вносятся приказом руководителя Управления.

1.4 Положения настоящего стандарта применяются всеми работниками Управления.

1.5 Все требования и положения настоящего стандарта являются обязательными для всех сотрудников Управления.

1.6 Стандарт будет пересматриваться и обновляться не реже одного раза в год на основе полученного опыта, обратной связи от специалистов Управления, представителей СМИ и общественности, а также изменений в законодательстве.

2. НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

Настоящий стандарт разработан с учётом требований следующих нормативных документов:

2.1 **Конституция Российской Федерации.** Основной закон, гарантирующий свободу слова и право на информацию, что является основополагающим для открытости и прозрачности Управления.

2.2 **Федеральный закон от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 11.03.2024) «О средствах массовой информации».** Регулирует деятельности СМИ, права и обязанности журналистов и организаций, взаимодействующих с ними, что важно для установления корректных отношений с представителями СМИ.

2.3 **Федеральный закон от 22.12.2008 №256-ФЗ «О государственной тайне».** Определяет, какая информация может быть классифицирована как государственная тайна и как с ней следует обращаться, что необходимо учитывать при предоставлении информации.

2.4 **Федеральный закон от 29.07.2004 № 98-ФЗ «О коммерческой тайне».** Устанавливает правила обращения с информацией, относящихся к коммерческой тайне, что важно для защиты интересов Управления.

2.5 **Федеральный закон от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных».** Регулирует обработку и защиту персональных данных, что критично для соблюдения прав граждан.

2.6 **Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».** Регулирует отношения, связанные с рекламой, что может быть актуально для информационной политики Управления.

2.7 Федеральный закон от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления». Гарантирует доступность информации о деятельности Управления для граждан.

2.8 Федеральный закон от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации». Регулирует порядок подачи и рассмотрения обращений граждан, а также определяет права и обязанности органов власти и должностных лиц в этой сфере.

2.9 Устав Управления. Определяет основные цели и задачи Управления, а также его структуру и функции.

2.10 Положение Информационно-аналитического отдела. Регламентирует деятельность отдела, ответственного за взаимодействие со СМИ и общественностью.

3. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

3.1 СМИ (Средства массовой информации): Организации и платформы, занимающиеся распространением информации, включая печатные издания, радио, телевидение, интернет-ресурсы и социальные сети.

3.2 Информационная политика: Официально принятая система взглядов на содержание и основные направления деятельности Управления по интеграции Управления в информационное пространство.

3.3 Кризисная коммуникация: Процесс управления информацией и взаимодействием с общественностью в условиях кризисной ситуации, направленный на минимизацию негативных последствий для репутации организации.

3.4 Целевая аудитория: Группы людей, на которые направлены сообщения и информация организации, включая журналистов, общественность, партнеров и другие заинтересованные стороны.

3.5 Обратная связь: Ответная реакция аудитории на информацию, предоставленную организацией, включая комментарии, вопросы и мнения.

3.6 Медийный охват: Объем и качество упоминаний организации в СМИ, отражающий степень её видимости и влияния на общественное мнение.

3.7 Анализ медиа: Процесс оценки и анализа упоминаний организации в СМИ, включая тональности, частоту и контекст.

3.8 Репутация: Общественное мнение об организации, сформированное на основе её действий, коммуникации и взаимодействия с различными аудиториями.

3.9 Нормативный документ: Документ, устанавливающий правила, общие принципы и характеристики, касающиеся определенных видов деятельности и их результатов.

3.10 Медиаплан: График размещения планируемых информационных сообщений в СМИ.

3.11 Пресс-релиз: Информационное сообщение, содержащее в себе новость об организации, выпустившей пресс-релиз, изложение её позиции по какому-либо вопросу и передаваемое для публикации в СМИ.

3.12 Информационный запрос: Официальный запрос от СМИ или других заинтересованных сторон на получение информации от Управления.

3.13 Репутационные риски: Факторы, способные спровоцировать появление в публичном поле информации, способной оказать негативное воздействие на репутацию Управления.

3.14 Информационно-аналитический отдел: Структурное подразделение Управления, ответственное за координацию коммуникационной деятельности Управления.

3.15 **Енисей-СЭД:** Внутренняя система электронного документооборота.

3.16 **МРО:** Межрайонный отдел Управления.

4. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящий стандарт определяет единый порядок работы Управления с представителями СМИ и общественности, а также предоставляет четкие процедуры для предоставления информации о деятельности Управления. Основные принципы взаимодействия включают:

4.1 Координация работы. Информационно-аналитический отдел является ответственным за координацию взаимодействия со СМИ и общественностью. Все структурные подразделения и должностные лица Управления обязаны следовать рекомендациям отдела при взаимодействии с представителями СМИ и общественности.

4.2 Процедуры взаимодействия. Взаимодействие со СМИ включает в себя:

- Подготовку и распространение пресс-релизов и информационных материалов;
- Организацию пресс-конференций, брифингов, интервью, ТВ и радиоэфиров;
- Ответы на запросы СМИ и предоставление необходимой информации.

4.3 Основные источники информации. Основными источниками информации о деятельности Управления являются:

- Официальный сайт Управления в сети Интернет по адресу: <https://krudor.ru/>;
 - Официальные страницы Управления в социальных сетях по адресам:
 - https://vk.com/krudor_2650627
 - <https://ok.ru/krudor>
 - https://t.me/krudor_2650627
 - Пресс-релизы, сообщения для СМИ информационного и справочного характера, анонсы предстоящих событий и другие информационные материалы, распространяемые должностным лицом, уполномоченным на осуществление взаимодействия Управления с представителями СМИ;
 - Интервью и публичные выступления должностных лиц Управления, в т.ч. на пресс-конференциях, брифингах и «круглых столах»;
 - Личные встречи и консультации с представителями СМИ.
- 4.4** Ответственным за работу со СМИ и общественностью является начальник информационно-аналитического отдела. Информационно-аналитический отдел напрямую подчиняется руководителю Управления.
- 4.5** При взаимодействии со СМИ информационно-аналитический отдел, иные структурные подразделения и должностные лица Управления должны руководствоваться нормативными документами.
- 4.6** Обратная связь: Управление активно собирает обратную связь от СМИ и общественности о качестве взаимодействия, что позволяет улучшать процессы и повышать уровень доверия.

5. ЦЕЛИ РЕГЛАМЕНТА

5.1 Обеспечение регулярного, своевременного и доступного предоставления актуальной информации о деятельности Управления от первоисточника представителям СМИ и общественности через различные каналы коммуникации.

5.2 Установление четких процедур для взаимодействия с представителями СМИ, что позволит повысить качество и скорость предоставления информации за счет согласованности действий.

5.3 Создание эффективного механизма, обеспечивающего доступность информации о деятельности Управления для всех заинтересованных сторон, а также ясность и понятность предоставляемой информации, что позволит избежать недопонимания и недоверия со стороны общественности.

5.4 Снижение репутационных рисков при предоставлении информации СМИ и общественности.

5.5 Создание системы обратной связи, позволяющей получать мнения и предложения от СМИ и общественности о качестве взаимодействия, что будет способствовать дальнейшему совершенствованию стандартов.

6. КООРДИНАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПРЕДОСТАВЛЕНИЮ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ СМИ

6.1 Координация работы со СМИ и общественностью является ключевой задачей информационно-аналитического отдела.

6.2 Под координацией работы со СМИ подразумевается:

- определение стратегии и тактики взаимодействия со СМИ и общественностью, а также их реализация;
- определение перечня приоритетных СМИ и лидеров общественного мнения;
- сбор, систематизация, подготовка и предоставление информации для СМИ и общественности.

6.3 Все структурные подразделения и должностные лица (сотрудники) Управления обязаны содействовать информационно-аналитическому отделу в предоставлении информации для СМИ и общественности, следовать его рекомендациям при взаимодействии со СМИ и общественностью.

6.4 Начальник информационно-аналитического отдела должен присутствовать на всех значимых совещаниях и планерках, проводимых в Управлении с целью получения необходимого объема информации и использования ее в профессиональной деятельности.

6.5 По согласованию с руководителем Управления начальник информационно-аналитического отдела, либо сотрудники отдела обязаны присутствовать на совещаниях и планерках, проводимых вне Управления, в которых принимает участие руководитель Управления и/или его заместители, а также другие сотрудники Управления, с целью получения необходимого объема информации и использования ее в профессиональной деятельности.

6.6 Заместители руководителя Управления, начальники отделов (ответственные сотрудники отделов) обязаны предоставлять необходимую информацию сотрудникам информационно-аналитического отдела для формирования информационных поводов и взаимодействия со СМИ как по запросу сотрудников информационно-аналитического отдела, так и по мере появления потенциальных информационных поводов.

6.7 Должностные лица Управления, предоставляющие информацию СМИ, несут персональную ответственность за её достоверность и отсутствие в ней сведений конфиденциального характера, а также составляющих государственную, коммерческую или иную охраняемую законом тайну.

6.8 В случае выявления фактов публичных выступлений и взаимодействия со СМИ должностных лиц Управления с нарушением требований, установленных Стандартом,

начальник или специалист информационно-аналитического отдела сообщает о них руководителю Управления.

6.9 Размещение информации на интернет-ресурсах Управления осуществляет информационно-аналитический отдел.

6.10 Перед предоставлением СМИ и общественности информации, касающейся значимых событий Управления, её содержание согласовывается с Руководителем Управления либо его заместителями, если запрос касается их компетенции.

6.11 Съёмки, осуществляемые СМИ в целях освещения деятельности Управления, проводятся на некоммерческой основе.

7. ПОРЯДОК ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СМИ

7.1 Взаимодействие со СМИ включает в себя:

- Предоставление журналистам СМИ информации по вопросам, отнесенным к установленной сфере деятельности Управления, в том числе по запросам;
- Работу с обращениями журналистов СМИ об организации интервью с должностными лицами Управления;
- Планирование и осуществление публичных выступлений должностных лиц Управления с участием (приглашением) СМИ;
- Реагирование на внештатные ситуации, связанные с деятельностью СМИ.

7.2 Общую координацию взаимодействия Управления со СМИ осуществляет информационно-аналитический отдел.

7.3 Информационно-аналитический отдел планирует взаимодействие Управления и СМИ посредством составления медиаплана. Медиаплан формируется ежемесячно. Для этого 15 числа каждого месяца через Енисей-СЭД на начальников отделов и заместителей руководителя направляется служебная записка, в ответ на которую направляются возможные для освещения в СМИ темы. На основании ответов начальник информационно-аналитического отдела до 20 числа каждого месяца составляет медиаплан, который до 25 числа также через Енисей-СЭД согласовывается с начальниками отделов и утверждается руководителем Управления. В медиаплан преимущественно входят темы, направленные на информационное сопровождение работ, выполняемых в рамках национального проекта, а также другие значимые инфоповоды, связанные с деятельностью Управления.

7.4 Информирование СМИ о деятельности Управления и дорожной отрасли в целом происходит посредством распространения пресс-релизов и ответов (устных или письменных) на запросы СМИ, организации комментариев сотрудников Управления.

7.5 Пресс-релизы информационных поводов и ответы на запросы СМИ в обязательном порядке проходят процедуру согласования:

- касающиеся производственной деятельности Управления - с начальниками отделов, либо заместителями руководителя Управления, затем утверждаются руководителем Управления;
- касающиеся концептуальных информационных поводов - с руководителем Управления, Министерством транспорта Красноярского края и Управлением пресс-службы Губернатора и Правительства Красноярского края.

7.6 Пресс-релизы информационных поводов направляются в федеральные и отраслевые СМИ, СМИ города Красноярска, СМИ органов местного самоуправления, СМИ различных форм собственности, портал Красноярского края, а также размещаются на сайте и социальных сетях Управления. Пресс-релиз направляется в СМИ после его согласования незамедлительно либо по мере необходимости. Количество пресс-релизов не ограничено, но не менее 10 в месяц. Пресс-релиз формируется по мере появления информационного повода (новости) или же согласно медиаплану.

7.7 В случае появления в СМИ заведомо ложной или недостоверной информации информационно-аналитический отдел обязан незамедлительно предпринять меры по опровержению, либо корректировке несоответствий, вплоть до инициирования разбирательств со СМИ в судебном порядке (по согласованию с правовым отделом Управления).

7.8 Показателем качества взаимодействия Управления и СМИ является отчет о количестве материалов о деятельности Управления и дорожной отрасли вышедших в СМИ. Отчет предоставляется руководителю Управления ежемесячно.

7.9 В случае возникновения нештатной, в том числе конфликтной, ситуации в публичном пространстве, способной оказать негативное влияние на репутацию (имидж) Управления, начальник информационно-аналитического отдела отрабатывает кризисную коммуникацию, должностные лица Управления и уполномоченные сотрудники осуществляют скоординированные действия по ее минимизации и ликвидации негативных последствий.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЙ, БРИФИНГОВ И ПРЕСС-ПОДХОДОВ

8.1 При наличии значимого информационного повода Управление проводит пресс-конференцию или брифинг.

8.2 Место проведения мероприятия определяется руководителем Управления и начальником информационно-аналитического отдела.

8.3 С целью предварительного освещения участия сотрудников Управления в пресс-конференциях, брифингах и других публичных мероприятиях, организуемых Управлением, публикуется анонс, а по итогам мероприятия публикуется пресс-релиз и (или) организуется пресс-подход к сотруднику Управления или подрядной организации, который вправе давать комментарии СМИ.

8.4 Все мероприятия должны быть заранее спланированы (минимум – за двое суток), включая определение целевой аудитории, формата и ключевых сообщений. Исключения составляют ситуативные инфоповоды, требующие срочной отработки – в этом случае мероприятия могут быть проведены в этот же либо на следующий день.

9. МОНИТОРИНГ СМИ

9.1 В ходе ежедневного мониторинга СМИ уполномоченный сотрудник информационно-аналитического отдела отслеживает публикации материалов об Управлении в печатных периодических изданиях и в сети Интернет-СМИ, с целью анализа публикаций по итогам мероприятий.

9.2 В случае публикации информации в СМИ о деятельности Управления, не соответствующей действительности, начальник информационно-аналитического отдела готовит официальные опровержения от имени Управления, которые публикуются на официальном сайте Управления и/или в СМИ, а также доводит до сведения редакции СМИ, опубликовавшего материал, информацию о необходимости официального опровержения или снятия с сайта издания информации, не соответствующей действительности.

9.3 Специалисты информационно-аналитического отдела должны предоставлять руководителю Управления регулярные отчеты о результатах мониторинга, включая количество выявленных недостоверных публикаций и принятых мер.

10. ОФОРМЛЕНИЕ И ОБРАБОТКА ЗАПРОСОВ СМИ

10.1 Необходимую официальную информацию по вопросам, относящимся к сфере деятельности Управления, а также разрешение на публикацию официальных интервью и статей, запись теле- и радиопередач с участием должностных лиц Управления, представители СМИ получают по письменному запросу на имя руководителя Управления.

10.2 Порядок подачи запросов на предоставление информации в пресс-службу Управления:

- Запрос направляется на имя руководителя Управления, в электронном виде по электронному адресу info@krudor.ru, Запрос должен быть оформлен на редакционном бланке с подписью руководителя (главного редактора).

- В запросе указываются:

- основная тема (предмет запроса);
- список вопросов;
- планируемая дата публикации или выхода в эфир материалов;
- контактные данные редакции и журналиста;
- краткие сведения о СМИ: фактический адрес редакции с почтовым индексом, телефон, форма периодического распространения, тематика и (или) специализация СМИ, периодичность выпуска, территория распространения.

10.3 В случае планируемого интервью также сообщается о предлагаемых дате, времени и месте его проведения. Запрос может быть направлен в Управление в письменном виде либо по электронной почте info@krudor.ru в виде сканированного документа в формате JPEG или PDF.

10.4 Информация по запросу предоставляется в течение 7-ми рабочих дней.

11. ВЕДЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

11.1 Целями создания, ведения и развития социальных сетей Управления является:

- Всестороннее освещение работы и популяризация деятельности организации, оперативное доведение до пользователей актуальной справочной и иной информации о деятельности организации;
- Развитие путей коммуникации с гражданами, в том числе пользователями автодорог и иными заинтересованными пользователями, входящих в целевую аудиторию;
- Доступность для пользователей, в том числе с ограниченными возможностями здоровья, получения информации о деятельности организации;
- Формирование положительного имиджа организации.

11.2 Ответственным за создание, ведение и развитие социальных сетей Управления является начальник информационно-аналитического отдела. Специалисты информационно-аналитического отдела также:

- Модерируют комментарии и сообщения в социальных сетях, стимулируют обсуждения и взаимодействие, обеспечивают обратную связь, реагируют на негативные комментарии и ситуации, предоставляя достоверную информацию и разъяснения;
- Осуществляют сбор информации для дальнейшей публикации в социальных сетях из различных офлайн и онлайн источников, обеспечивая, при необходимости, их корректировку;
- Отвечают за достоверность, правомерность и актуальность размещаемого контента;
- Учитывают правила платформ, на которых ведутся социальные сети, и следуют их рекомендациям;
- Следят за показателями, характеризующие качество материалов на официальной странице, их актуальность и востребованность - уровень вовлеченности, охваты публикаций, уровень активности, количество публикаций, коэффициент одобрения, рост аудитории - и организуют меры по повышению этих показателей;
- Определяют единый тон и стиль общения, соответствующий имиджу Управления. Общение должно быть вежливым, профессиональным и доступным для понимания;
- Разрабатывают стратегию продвижения Управления в социальных сетях, направленную на увеличение аудитории, использование современных метрик для формирования портрета посетителя страниц социальных сетей и сайта Управления.

11.3 Информация, размещаемая в социальных сетях, не должна нарушать авторские права, а также затрагивать честь, достоинство и деловую репутацию физических и юридических лиц

11.4 Время публикаций выбирается с учетом актуального времени для аудитории и важности информации. Модерация комментариев осуществляется не реже одного раза в сутки с понедельника по пятницу включительно.

11.5 Информационно-аналитический отдел должен предоставлять руководителю Управления регулярные отчеты о результатах ведения социальных сетей, включая ключевые показатели эффективности (KPI), такие как рост аудитории, уровень вовлеченности и количество взаимодействий.

12. ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ С УЧАСТИЕМ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ

12.1 Под общественным контролем понимается деятельность субъектов общественного контроля, осуществляемая в целях наблюдения за деятельностью Управления и подрядных организаций, осуществляющих в соответствии с федеральными законами отдельные публичные полномочия, а также в целях общественной проверки, анализа и общественной оценки издаваемых ими актов и принимаемых решений.

12.2 Целью проведения общественного контроля является:

- обеспечение учета общественного мнения, предложений и рекомендаций граждан, общественных объединений и иных негосударственных некоммерческих организаций;
- общественная оценка, обеспечение прозрачности и повышение доверия к деятельности Управления и подрядных организаций;
- содействие предупреждению и решению потенциальных конфликтов.

12.3 Участие граждан в мероприятиях общественного контроля осуществляется на добровольной основе, результаты публичны и открыты.

12.4 Информационное сопровождение мероприятий, связанных с общественным контролем, обеспечивается информационно-аналитическим отделом.

12.5 Доступ к информации, связанной с проектной документацией и заключенным контрактом, является открытым.

12.6 Мероприятия по общественному контролю включают в себя проведение и участие в общественных слушаниях, выездные проверки объектов, находящихся на гарантии, проверки выполнения работ, приемке готовых объектов. Мероприятия по общественному контролю проводятся преимущественно на объектах национального проекта.

12.7 Участие в общественных слушаниях включает в себя возможность задавать вопросы, высказывать мнения и предложения, а также участие в обсуждении представленных материалов.

12.8 В общественных слушаниях участие принимает руководитель Управления либо его заместитель, начальник информационно-аналитического отдела, а также начальники отделов, деятельность которых обсуждается на слушаниях.

12.9 Участие в выездных проверках включает в себя осмотр объектов, обсуждение с подрядчиками и представителями Управления, а также составление отчетов о выявленных нарушениях или недостатках.

12.10 В выездных проверках принимает участие начальник либо специалист МРО, а также представитель подрядной организации. Опционально – начальник или специалист информационно-аналитического отдела.

12.11 Приемка готовых объектов включает в себя проверку соответствия объектов установленным стандартам и требованиям государственных контрактов, а также возможность для общественников высказать свои замечания и предложения.

12.12 В приемке готовых работ принимает участие начальник либо специалист МРО, а также представитель подрядной организации. Опционально – начальник или специалист информационно-аналитического отдела.

12.13 Начальники (специалисты) МРО должны заранее направлять в информационно-аналитический отдел информацию о планируемых мероприятиях с представителями общественного контроля.

12.14 По итогам мероприятия начальники (специалисты) МРО в течении 3-х дней направляют в информационно-аналитический отдел информацию о пройденном мероприятии, включая сканы или оригиналы чек-листов, а также фотографиями и цитатой одного из общественников.

12.15 Важно учитывать культурные и социальные особенности целевой аудитории при организации мероприятий, чтобы обеспечить максимальную вовлеченность и понимание обсуждаемых вопросов.

12.16 Управление должно стремиться к созданию инклюзивной среды, обеспечивая участие всех заинтересованных сторон, включая людей с ограниченными возможностями, в мероприятиях общественного контроля.

13. ИНФОРМАЦИЯ, ЗАПРЕЩЕННАЯ ДЛЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СМИ

13.1 Имеющая конфиденциальный характер, недостоверные данные об Управлении, а также о частных мероприятиях, проводимых внутри Управления.

13.2 Комментарии к необоснованным прогнозам и предположениям (слухи и домыслы) относительно деятельности Управления, вне зависимости от авторства этих прогнозов и предположений.

14. СОТРУДНИКИ УПРАВЛЕНИЯ, ИМЕЮЩИЕ ПОЛНОМОЧИЯ ПРЕДОСТАВЛЯТЬ ИНФОРМАЦИЮ СМИ

14.1 Лица, выступающие в СМИ в качестве комментаторов от Управления, назначаются руководителем Управления, либо его заместителями, основываясь на рекомендациях информационно-аналитического отдела.

14.2 Должностными лицами Управления, уполномоченными предоставлять информацию для СМИ, являются:

- Руководитель Управления - по любым вопросам, касающимся деятельности Управления, а также действий контролирующих государственных органов и органов местного самоуправления, затрагивающих интересы Управления;
- Начальник информационно-аналитического отдела - по любым вопросам, касающимся деятельности Управления, а также действий контролирующих государственных органов и органов местного самоуправления, затрагивающих интересы Управления, по согласованию с Руководителем;
- Заместители руководителя Управления, начальники и заместители начальников отделов – по любым вопросам, касающимся деятельности их отделов, по согласованию с курирующими заместителями руководителя Управления, либо в их отсутствие – с руководителем Управления.
- Специалисты межрайонных отделов – по любым вопросам, касающихся дорожных работ в их районе, по согласованию с информационно-аналитическим отделом.

14.3 Публичные выступления иных должностных лиц Управления, пресс-конференции, презентации и другие публичные мероприятия организуются информационно-аналитическим отделом, либо с участием отдела в части информационного обеспечения и взаимодействия со СМИ и общественностью.

14.4 При необходимости начальник информационно-аналитического отдела может привлекать должностных лиц (сотрудников) и структурные подразделения Управления для взаимодействия со СМИ и общественностью.

14.5 Предоставление информации СМИ сотрудниками Управления возможно только по согласованию с руководителем Управления и начальником информационно-аналитического отдела.

14.6 Без согласования с Руководителем Управления и/или начальником информационно-аналитического отдела, специалистам Управления выступать в качестве комментатора запрещено.

15. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ДОЛЖНОСТНЫХ ЛИЦ И СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ В РАМКАХ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ СМИ

15.1 Все запросы СМИ, обращенные к должностным лицам (сотрудникам) и/или структурным подразделениям Управления, направляются в информационно-аналитический отдел.

15.2 В рамках работы над запросами СМИ, специалисты информационно-аналитического отдела могут обращаться за необходимой информацией к любому должностному лицу (сотруднику) или структурному подразделению Управления, которые должны обеспечить их этой информацией.

15.3 Должностные лица (сотрудники) информационно-аналитического отдела уведомляют Руководителя и его заместителей, а также начальников отделов о готовящихся интервью.

15.4 О факте случайного, незапланированного диалога со СМИ должностное лицо (сотрудник) Управления должен проинформировать начальника информационно-аналитического отдела.

15.5 Должностные лица (сотрудники) и структурные подразделения Управления должны заранее информировать начальника информационно-аналитического отдела о планируемом участии в мероприятиях, в которых предусмотрено участие СМИ и общественности.

16. ПОРЯДОК ПОДАЧИ ЗАЯВОК НА ОРГАНИЗАЦИЮ ФОТО- И ВИДЕОСЪЕМОК И СРОКИ ИХ РАССМОТРЕНИЯ

16.1 Запрос на фото- и видеосъемки, осуществляемые СМИ на территории Управления и (или) объектах работ Управления, необходимо направить в адрес Руководителя Управления на электронную почту: info@krudor.ru, копию запроса необходимо направить на электронный адрес начальника информационно-аналитического отдела: isa@krudor.ru

16.2 В запросе необходимо указать:

- цель проведения съемок;
- сценарный план;
- зоны и объекты Управления, на которых планируется проводить съемку;
- желаемая дата и время съемок с указанием временного интервала, необходимого для съемок;
- состав съемочной группы с указанием паспортных данных (ФИО, серия и номер паспорта, кем и когда выдан, дата и место рождения, адрес регистрации);
- перечень используемого оборудования для фото- и видеосъемок (марка, модель, серийный номер);
- контактную информацию старшего съемочной группы.

16.3 Период рассмотрения запроса составляет до 7-ми рабочих дней.

17. РАБОТА С ОБРАЩЕНИЯМИ ГРАЖДАН

17.1 Обращением граждан считается любое сообщение, направленное в органы власти, местного самоуправления или к должностным лицам, в котором граждане излагают свои просьбы, предложения, заявления или жалобы.

17.2 Обращения могут быть поданы в письменной или устной форме, а также через электронные средства связи.

17.3 **Личное обращение:** Гражданин может обратиться в орган власти лично. В этом случае обращение регистрируется на месте, и гражданин получает уведомление о регистрации. **Срок обработки:** 30 дней с момента регистрации обращения.

17.4 **Почтовое обращение:** Обращение может быть отправлено по почте. Важно, чтобы оно было отправлено с уведомлением о вручении, чтобы иметь подтверждение о дате отправки. **Срок обработки:** 30 дней с момента получения обращения органом власти. Если обращение

поступило в выходные или праздничные дни, срок начинает исчисляться с первого рабочего дня.

17.5 Электронное обращение: Граждане могут подавать обращения через интернет-порталы, такие как «Госуслуги». Это упрощает процесс и позволяет отслеживать статус обращения.

Срок обработки: 30 дней с момента регистрации обращения в системе. В случае необходимости дополнительной проверки срок может быть продлен до 60 дней.

17.6 Обращение через систему «Инцидент-менеджмент»: Граждане могут оставлять обращения в Госпабликах – официальных сообществах органов власти и подведомственных учреждений в социальных сетях.

Срок обработки: до 3 часов – на первичный ответ, до 7 суток – на вторичную реакцию.

17.7 Ответы должны быть даны на все без исключения зарегистрированные обращения.

17.8 Ответ на запрос должен быть полным, содержать конкретный результат или описание процесса усилий по его достижению.

17.9 Ответ на запрос не должен содержать орфографических, пунктуационных, стилистических и иных ошибок.

17.10 Ответ на запрос должен содержать ФИО, должность и контактные данные лица, его подготовившего, а также благодарность за проявленный интерес к теме и проблематике.

17.11 Граждане имеют право на получение информации о ходе рассмотрения своего обращения, а также на обжалование действий или бездействия органов власти в случае нарушения их прав.

17.12 Специалисты обязаны рассматривать обращения граждан добросовестно и в установленные сроки, а также обеспечивать конфиденциальность информации, содержащейся в обращениях.