Regulamin kontaktu z mediami Śląskiego Ogrodu Zoologicznego

§ 1. Postanowienia ogólne

1. Regulamin określa zasady kontaktu przedstawicieli mediów z ŚOZ, w tym procedury udzielania informacji, organizowania wywiadów oraz innych form komunikacji.
2. Celem regulaminu jest zapewnienie spójnej, profesjonalnej i zgodnej z polityką komunikacji ŚOZ współpracy z mediami.
3. Szczegółowym celem regulaminu jest ułatwienie współpracy z dziennikarzami, fotografami, operatorami telewizyjnymi i innymi przedstawicielami mediów, a także dbanie o rzetelność i wysoką jakość informacji przekazywanych do opinii publicznej.
4. Regulamin dotyczy wszystkich pracowników ŚOZ, którzy mają bezpośredni lub pośredni kontakt z przedstawicielami mediów.
5. Ilekroć w niniejszym Regulaminie jest mowa o:
   a) Regulaminie – należy przez to rozumieć Regulamin kontaktu z mediami Śląskiego Ogrodu Zoologicznego.
   b) ŚOZ – należy przez to rozumieć Śląski Ogród Zoologiczny z siedzibą w Chorzowie (41-501) przy Al. Gen. Jerzego Ziętka 7.
   c) Dyrektorze – należy przez to rozumieć Dyrektora Śląskiego Ogrodu Zoologicznego.
   d) Kierowniku – należy przez to rozumieć osobę kierującą odpowiednim Działem/Sekcją.
   e) Dziale/Sekcji – należy przez to rozumieć komórkę organizacyjną wyodrębnioną w schemacie organizacyjnym w celu realizowania zadań i funkcji jednostki, funkcjonującym pod zwierzchnictwem przełożonego.
   f) Pracowniku – należy przez to rozumieć osobę zatrudnioną na podstawie umowy o pracę, powołania, wyboru, mianowania lub spółdzielczej umowy o pracę.

§ 2. Zasady kontaktu z mediami

1. Kontakt z mediami obejmuje wszelkie formy komunikacji, w tym:
   - przekazywanie informacji prasowych;
   - organizowanie konferencji prasowych;
   - udzielanie wywiadów;
   - organizowanie sesji zdjęciowych i filmowych;
   - wysyłanie materiałów reklamowych, marketingowych i informacyjnych.
2. Kontakt z mediami może mieć miejsce w ramach współpracy z dziennikarzami, blogerami, influencerami, agencjami PR oraz przedstawicielami innych instytucji medialnych.

3. Kontakt z mediami odbywa się za pośrednictwem:
   - Sekretariatu ŚOZ;
   - Działu Edukacji i Promocji, w szczególności Specjalisty ds. marketingu i kontaktów z mediami.
4. Wszelkie zapytania dotyczące informacji prasowych, wywiadów, materiałów promocyjnych oraz wizyt medialnych należy kierować bezpośrednio do Sekretariatu lub Specjalisty ds. marketingu i kontaktów z mediami.

§ 3. Zasady udzielania informacji mediom

1. Informacje udzielane przedstawicielom mediów muszą być zgodne z polityką komunikacyjną ŚOZ i jej wartościami.
2. Pracownicy ŚOZ nie mogą samodzielnie udzielać informacji mediom na tematy związane z działalnością ŚOZ, bez konsultacji ze Specjalistą ds. marketingu i kontaktów z mediami oraz zatwierdzenia przez Dyrektora.
3. Wszelkie pytania medialne dotyczące kwestii poufnych lub prawnych (np. stan zdrowia zwierzęcia), Specjalista ds. marketingu i kontaktów z mediami musi konsultować z Dyrektorem przed ich udzieleniem.
4. Wywiady dotyczące szczegółowych informacji na temat zwierząt przebywających w ŚOZ udzielane są przez:
   a) Kierowników odpowiednich Sekcji wchodzących w skład Działu Hodowlanego;
   b) Opiekunów zwierząt.
5. Wywiady w pozostałym zakresie udzielane są przez:
   a) Specjalistę ds. marketingu i kontaktów z mediami;
   b) pozostałych delegowanych pracowników.
6. Kierownicy zobligowani są do delegowania pracowników odpowiednich Działów/Sekcji do udzielenia wywiadów.
7. ŚOZ odpowiada na zapytania mediów w możliwie najkrótszym czasie, jednak nie dłużej niż 48 godzin od otrzymania zapytania. W bardziej skomplikowanych przypadkach, czas odpowiedzi może się wydłużyć.

§ 4. Organizowanie konferencji prasowych i wywiadów

1. Za organizowanie konferencji prasowych, wywiadów czy innych wydarzeń medialnych odpowiada Specjalista ds. marketingu i kontaktów z mediami.

2. W przypadku konferencji prasowych, wywiadów czy innych wydarzeń medialnych planowanych na terenie ŚOZ, wcześniej zostaje ustalony termin oraz lokalizacja spotkania.
3. Specjalista ds. marketingu i kontaktów z mediami ustala formę wywiadu (np. osobiste spotkanie, telefoniczne, online) oraz przekazuje dziennikarzowi szczegółowe informacje o osobach do kontaktu.
4. Konferencje prasowe, wywiady czy inne formy wydarzeń medialnych odbywają się w godzinach, które nie kolidują z obowiązkami służbowymi i mogą dotyczyć szerokiego zakresu tematów, takich jak np.:
   - programów hodowlanych i ochrony zagrożonych gatunków;
   - procesów wychowawczych i rehabilitacyjnych zwierząt;
   - inicjatyw edukacyjnych dotyczących ochrony przyrody i świadomości ekologicznej;
   - działań związanych z poprawą warunków życia zwierząt w ŚOZ.
5. Podczas konferencji prasowych, wywiadów lub innych form komunikacji, przedstawiciele ŚOZ powinni unikać wypowiedzi, które mogą być uznane za kontrowersyjne lub niewłaściwe w kontekście publicznym.

§ 5. Zasady organizowania wywiadów z Działem Hodowlanym

1. Wywiady przeprowadzane z Kierownikami odpowiednich Sekcji wchodzących w skład Działu Hodowlanego są organizowane po uprzednim uzgodnieniu ze Specjalistą ds. marketingu i kontaktów z mediami. Kierownicy tych Sekcji udzielają wywiadów głownie na tematy związane z zarządzaniem hodowlą zwierząt w ZOO oraz realizacją programów ochrony gatunków.
2. Wywiady z opiekunami zwierząt, które są bardziej szczegółowe i dotyczą poszczególnych gatunków zwierzą, organizowane są na życzenie mediów i również wymagają uzgodnienia ze Specjalistą ds. marketingu i kontaktów z mediami.

§ 6. Przyjmowanie zaproszeń do wywiadów i sesji zdjęciowych

1. Pracownicy organizacji mogą przyjąć zaproszenie do udziału w wywiadzie lub sesji zdjęciowej wyłącznie po konsultacji ze Specjalistą ds. marketingu i kontaktów z mediami i po wcześniejszym uzgodnieniu szczegółów.
2. Pracownicy organizacji powinni informować Specjalistę ds. marketingu i kontaktów z mediami o każdej propozycji wywiadu lub sesji zdjęciowej, nawet jeśli nie wymaga ona bezpośredniej zgody.

3. W przypadku sesji zdjęciowych lub filmowych organizowanych w siedzibie ŚOZ, należy poinformować Specjalistę ds. marketingu i kontaktów z mediami, uzyskać zgodę Dyrektora oraz wyznaczyć osoby odpowiedzialne za organizację i nadzór nad takim wydarzeniem.

§ 7. Wykorzystywanie materiałów medialnych

1. Wszelkie materiały związane z działalnością ŚOZ (w tym zdjęcia, filmy, wywiady) wykorzystywane w materiałach prasowych, kampaniach reklamowych czy mediach społecznościowych muszą być wcześniej skonsultowane ze Specjalistą ds. marketingu i kontaktów z mediami.
2. Wykorzystanie zdjęć, wizerunku pracowników, materiałów informacyjnych oraz innych zasobów organizacji do celów marketingowych, promocyjnych i medialnych wymaga uzyskania odpowiednich zgód.

§ 8. Przekazywanie informacji prasowych

1. Specjalista ds. marketingu i kontaktów z mediami regularnie udostępnia informacje prasowe dotyczące wydarzeń, wystaw, nowych atrakcji, działalności edukacyjnej, ochrony zwierząt oraz innych ważnych inicjatyw. Przekazywanie materiałów odbywa się w formie elektronicznej.
2. Wszelkie materiały prasowe, które zawierają wypowiedzi przedstawicieli ŚOZ, muszą zostać autoryzowane przez Specjalistę ds. marketingu i kontaktów z mediami.

§ 9. Reagowanie na kryzysowe sytuacje medialne

1. W przypadku pojawienia się kryzysowej sytuacji medialnej (np. kontrowersje dotyczące działalności ŚOZ, negatywne artykuły), działania muszą być skoordynowane ze Specjalistą ds. marketingu i kontaktów z mediami oraz Dyrektorem.
2. Wszyscy pracownicy ŚOZ są zobowiązani do informowania Specjalistę ds. marketingu i kontaktów z mediami o wszelkich sytuacjach, które mogą wywołać zainteresowanie mediów, aby odpowiednio zareagować na potencjalny kryzys.
3. Specjalista ds. marketingu i kontaktów z mediami musi przygotować komunikaty prasowe, oświadczenia i inne materiały informacyjne, które będą odpowiedzią na sytuację kryzysową.

§ 10. Przestrzeganie zasad etyki dziennikarskiej

1. Kontakt z mediami powinien odbywać się zgodnie z zasadami etyki dziennikarskiej oraz z poszanowaniem prywatności osób.
2. ŚOZ ma prawo odmówić udzielenia informacji mediom, jeśli pytania dotyczą spraw prywatnych lub innych kwestii, które mogą naruszać prywatność osób, wizerunek ŚOZ, lub są niezgodne z jej wartościami.

§ 11. Zasady bezpieczeństwa

1. Podczas wizyty dziennikarzy, fotoreporterów i operatorów wideo w ŚOZ, należy zachować szczególną ostrożność, aby nie zakłócać porządku na terenie ŚOZ oraz nie stwarzać zagrożenia dla zwiedzających, pracowników czy zwierząt. Wszyscy odwiedzający teren ŚOZ zobowiązani są do przestrzegania niniejszego regulaminu i zasad bezpieczeństwa.
2. W przypadku wypadku lub sytuacji kryzysowej, dziennikarze zobowiązani są do niezwłocznego powiadomienia pracownika ŚOZ oraz stosowania się do wskazówek służb porządkowych.

§ 12. Odpowiedzialność

1. Osoby, które łamią zasady niniejszego regulaminu, mogą ponieść odpowiedzialność dyscyplinarną w zależności od charakteru wykroczenia.
2. Dyrektor oraz Specjalista ds. marketingu i kontaktów z mediami ma prawo wstrzymać kontakt z mediami, jeśli uznają, że mogłoby to zaszkodzić wizerunkowi ŚOZ lub naruszyć jej zasady.

§ 13. Postanowienia końcowe

1. ŚOZ zastrzega sobie prawo do odmowy współpracy z mediami, które nie przestrzegają zasad określonych w niniejszy regulaminie lub które działają w sposób niezgodny z wartościami i misją ŚOZ.
2. Regulamin może być nowelizowany w zależności od zmieniających się potrzeb organizacji lub sytuacji na rynku medialnym.
3. Każda zmiana w regulaminie wymaga zatwierdzenia przez Dyrektora oraz poinformowania pracowników.