



**Фонд
Ханнса
Зайделя**

*и выпускница Фонда по программе
«Менеджмент в государственном управлении»
Айдаралиева Тагжана*

САМ СЕБЕ ПРЕСС-СЕКРЕТАРЬ

2019 г.

Данный сборник рекомендаций подготовлен экспертом

Айдаралиевой Тагжаной

и рассчитан для государственных организаций, органов местного самоуправления для использования при работе со средствами массовой информации. Он содержит только некоторые базовые рекомендации при работе со СМИ, не является исчерпывающим.

Этот материал не подходит по формату и содержанию для работы со СМИ в коммерческих целях.

Издание и перевод на кыргызский язык профинансировано Фондом Ханнса Зайделя в Центральной Азии.

Особую благодарность за оказанную поддержку выражаю

Доктору Максиму Георгу Майеру

Распространяется на бесплатной основе.

СОДЕРЖАНИЕ

- *Подготовка внешнего вида для интервью*
- *Подготовка помещения для интервью*
- *Разработка программы мероприятия*
- *Формат общения с журналистами*
- *Пресс-релиз*
- *Организация пресс-конференции*
- *Подготовка презентаций, раздаточных материалов*
- *Использование социальных сетей*
- *База данных СМИ*
- *Нормативная база данных*

Предисловие

Уважаемые читатели, меня зовут Тагжана Айдаралиева, я являюсь стипендианткой и выпускницей Академии Управления при Президенте Кыргызской Республики и Фонда Ханнса Зайделя в Центральной Азии. На момент написания этой брошюры, занимаю должность руководителя Отдела по связям с общественностью ОАО «Электрические станции», т.е. все что будет написано ниже взято исключительно из десятилетней личной практики.

Есть государственные структуры и органы местного самоуправления, в которых по тем или иным причинам нет штатной должности пресс-секретаря либо его обязанности возложены в качестве дополнительной нагрузки на специалиста отдела. Эта брошюра предназначена как раз для такого случая, и содержит базовые основы работы со СМИ.

Цель работы каждого государственного органа – улучшение качества жизни каждого гражданина. Грамотная связь с общественностью является важным фактором в работе государства. Одним из каналов связи с общественностью являются средства массовой информации. Чтобы этот канал связи работал конструктивно, необходимо знать основы работы со СМИ.

Буду рада обратной связи с читателями. Данная брошюра идет в программе тренингов по теме «Связь с общественностью в государственных структурах».

Особая благодарность Фонду Ханнса Зайделя в Центральной Азии за издание и перевод на кыргызский язык.

1. Подготовка внешнего вида для интервью.

Термин

Интервью - разновидность разговора, беседы между двумя и более людьми, при которой интервьюер задаёт вопросы своим собеседникам и получает от них ответы. В некоторых случаях это происходит под запись или в прямом эфире.

Как правило, руководители участвуют в программах информационных, аналитических, социальных и т.д. Тематика таких программ не предполагает яркого внешнего вида.

На сегодняшний день важно внимательно подбирать одежду не только для ТВ интервью, но и для радио, т.к. на многих студиях есть он-лайн камера трансляции эфира и на сайте радио и соц. сетях. Зрители Вас не только слышат, но и видят.

Подготовить свой внешний вид к интервью несложно - достаточно соблюдать нижеуказанные рекомендации. Все они направлены на то, чтобы Ваше интервью достигло своей цели – донести информацию до общества, не отвлекая внимание зрителя от сути интервью.

ТВ камера не любит тканей в крапинку и полоску, так как мелкий рисунок создает на экране т.н. эффект дрожания.

Не надевайте в эфир полностью белое, полностью чёрное, красное (оранжевое) и любые неоновые цвета. Белое на экране «светится» и занимает почти всё внимание зрителя, чёрный, напротив, поглощает всё освещение и может испортить тон лица спикера, красный и любой сверх яркого цвет рябит в камере и очень отвлекает зрителя.

Самый безопасный цвет на экране телевизора - это синий. Но **лучше заранее узнать какой будет фон** - если фон будет синий, то синее лучше не надевать.

Яркий галстук или шарфик освежит лицо, не особо отвлекая на себя внимание. Даже если вам сперва это покажется слишком смелым в обыденной жизни, в программе новостей – будет в самый раз. Но помните, **яркий акцент должен быть один.**



Совет женщинам - не надевайте крупные висячие серьги - они отвлекают внимание от вас. Снимите все украшения, которые двигаются, звенят, переливаются на свету или могут помешать вам без помех пользоваться микрофоном. Лучшая длина юбки - на ладонь (или даже две ладони) ниже колена.

Мужчины должны следить, чтобы их носки были достаточно длинными и темными - если человек сядет в кресло и положит ногу на ногу, границ носков не должно быть видно. Руки должны быть закрыты, **нельзя одевать на эфир рубашку с короткими рукавами.** Даже если Вы видели таких выступающих, Вы не должны ориентироваться на не самые удачные образы. Галстуки - без пестрых рисунков. Полностью черные галстуки хороши

для соболезнований и траура. Ярко-красные, желтые и белых галстуки слишком сильно "конкурируют" с лицом за внимание зрителя и часто выглядят нелепо в ситуации серьезного разговора или обсуждения. Хотя обувь часто и не видна при съемке на ТВ, лучше предусмотреть вариант того, если Вас попросят выйти на середину студии к ведущему или начнут (уже после интервью) снимать, так называемые "перебивочные планы", когда ваши ноги будут видны...

Традиционные цвета (серый, темно-синий) воспринимается хорошо, спокойно и позволяет зрителю больше концентрироваться на ваших словах, а не на вашей одежде.

2. Подготовка помещения для интервью.

Не всегда интервью проходят в специальных студиях, зачастую СМИ приезжает к интервьюеру. Итак, если это:

- рабочий кабинет.

Предупредите вахту/охрану, что к Вам придут представители СМИ. Если это режимный стратегический объект, попросите журналистов не забыть взять с собой паспорта, во избежание недоразумений на входе в ваше предприятие/объект. Обратите внимание на то, что попадет в поле зрения журналистов по пути в Ваш кабинет. Предупредите Вашу секретаршу/помощника, чтобы никто не беспокоил Вас на все время пребывания журналистов.

Уберите со стола **все лишнее**, рабочий беспорядок будет понятен немногим. Обратите внимание на то, что у Вас в данный момент на экране компьютера. Уберите различные сувениры, фотографии, которые Вы бы не хотели увидеть крупным планом на ТВ экране.

Для операторов важно хорошее освещение, позаботьтесь о том, чтобы все освещение работало, дальнейшую регулировку света в помещении осуществит сам оператор.

На время интервью переведите Ваш сотовый телефон в **беззвучный режим**. Если есть возможность, лучше перевести стационарные телефоны на беззвучный режим тоже, либо максимально уменьшить звук. Если в Вашем здании идет ремонт, попросите строителей заранее сделать перерыв на время интервью, звук перфоратора или иной другой строительный звук здорово будет мешать.

Если съемка Вашего интервью идет в помещении, где есть другие люди, предупредите их, попросите воздержаться от телефонных и иных разговоров, непроизводительной деятельности и лишнего передвижения по помещению.

И кстати, после интервью, не забудьте перевести все ваши телефоны из беззвучного режима в обычный



- актовъй зал или другое помещение.

Также, следует предупредить охрану/вахту о визите СМИ. На всем пути следования к актовому залу или иному месту проведения мероприятия следует развесить указатели направления, с пометкой «Для СМИ», так чтобы это можно было легко увидеть и найти. Ваше здание хорошо знаете только вы.

Образец.

Круглый стол «Чистая вода – здоровая жизнь»

В помещении должно быть достаточно светло. Если запланировано размещение выступающих в президиуме на сцене, то перед каждым выступающим должен быть куверт с крупно напечатанным Ф.И.О. и должностью. Оставьте достаточно места для ТВ операторов перед президиумом и сидящими рядами. Операторы должны иметь возможность свободно передвигаться по помещению, вместе с камерой и штативом, если Вы хотите, что мероприятие отсняли интересно и в полном объеме. Обеспечьте их электрическим розетками, удлинителями. Оставьте места для журналистов. Проверьте свою аппаратуру.

- вне помещения/поле/иное открытое пространство.

Позаботьтесь о том, как доедет/уедет СМИ. Заранее договоритесь о месте сбора. Предоставьте СМИ лучшие места в транспорте. Избегайте совмещения в транспорте СМИ и других лиц. Заранее проработайте маршрут, программу – раздайте это журналистам. Если Вы хотите, чтобы Ваши действия попали в хороший кадр, следите за тем, чтобы операторы и журналисты успевали за Вашими передвижениями и действиями, не бегайте по полю/объекту. Приехав на место колонной автотранспорта, дождитесь, когда приедет машина с журналистами, им также нужно время на установку и настройку аппаратуры.

Если предусмотрено передвижение вместе со СМИ по производственному объекту, обязательно обеспечьте их средствами безопасности (каска, резиновые сапоги и проч.). На них распространяются все правила техники безопасности при нахождении на производственном объекте. Проведите краткий инструктаж. Лучше, если есть возможность огородить весь маршрут следования лентой. Имейте ввиду, в поисках эксклюзивного кадра, журналисты

и операторы могут не следовать заданному маршруту. Позаботьтесь о нескольких сопровождающих.

3. Разработка программы мероприятия.

Все самое важное, что Вы хотите донести до общественности планируйте на начало мероприятия, первую треть.

Мероприятие		
Все важное	Основное	Благодарности, пожелания, воспоминания.

Большая часть СМИ уедет минут через 20-30 после начала мероприятия. У них нет много времени присутствовать до конца на каждом мероприятии. Кроме того, отснятый материал надо еще обработать и передать в студию. Журналисты-новостники должны сделать это до ближайшего выпуска новостей. Журналисты уедут также вместе с приглашенными гостями, представителями Правительства, министерства и др. Имейте это в виду.

Если вам нужна полная запись мероприятия не надейтесь на СМИ. Обеспечьте своего видео и фото оператора. Потом, эти кадры Вы всегда сможете передать также тем СМИ, которые не смогли прибыть на мероприятие.

Если Ваше мероприятие подразумевает несколько локаций, отметьте в программе место для брифинга, укажите Ф.И.О. и должность выступающих. Иначе Вас будут дергать для интервью во время передвижения по объекту. Журналист должен точно знать время и место, где он гарантированно сможет взять интервью.

Определите спикеров, очередность выступления. Обеспечьте экспертами, активистами, ветеранами отрасли – это очень облегчит работу журналиста, по поиску т.н. третьего лица для сюжета. При определении спикеров обязательно имейте в виду, что необходимо будет озвучить одну и ту же информацию на двух языках полноценно.

Проведите краткий инструктаж со своими коллегами о недопустимости проявления грубости, невежливости, излишнего любопытства, панибратства с представителями СМИ. Контакт со СМИ строго по программе и строго только с запланированными спикерами.

4. Формат общения с журналистами.

Во первых, нужно помнить всегда, что, согласно ст.33, главы второй, Конституции Кыргызской Республики

«...Каждый имеет право на получение информации о деятельности органов государственной власти, органов местного самоуправления и их должностных лиц, юридических лиц с участием государственных органов и органов местного самоуправления, а также организаций, финансируемых из республиканского и местных бюджетов.

Каждому гарантируется доступ к информации, находящейся в ведении государственных органов, органов местного самоуправления и их должностных лиц. Порядок предоставления информации определяется законом.»

Также, неплохо изучить такие нормативные акты как Закон Кыргызской Республики от 28.12.2006 г. «О доступе к информации, находящейся в ведении государственных органов и органов местного самоуправления Кыргызской

Республики», Указ Президента Кыргызской Республики от 29.09.10 УП № 212 «О совершенствовании взаимодействия органов государственного управления с гражданским обществом».

Если Вас пригласили на телепередачу, уточните заранее следующие моменты:

- кто будет еще участником, кроме Вас;
- кто ведущий. Если есть возможность посмотрите его передачи, узнаете его стиль, мнение;
- на каком языке будет передача;
- будет ли это прямой эфир либо запись. Если это запись, узнайте точное время выхода в эфир и попросите для себя запись на флеш-карту;
- будут ли вопросы от зрителей/слушателей;
- Вы сделаете лучше и для себя и для ведущего, если заранее вышлете вопросы, которые Вам надо задать. Ведущий может не знать полностью всю специфику Вашей деятельности, и точные адресные вопросы помогут раскрыть тематику передачи лучше.
- также, заранее вышлите журналисту свое Ф.И.О., должность и организацию. Они будут оформлять это в титры.
- если состав участников и тема заранее подобраны так, чтобы выставить Вас и ваш гос орган в невыгодном свете, лучше отказаться от участия. Сегодня СМИ абсолютно разные, у них разные цели и собственники.

Высказывайтесь просто, кратко, прямо, взвешенно. Не уходите от ответа и не пытайтесь скрыть истину. Такой прием никогда не срабатывает. Вас могут неправильно понять или использовать ваши слова вне контекста. Сформулируйте несколько основных идей. Затем постарайтесь выразить их как можно более точно и ясно.

Избегайте прилюдного поучения журналиста, он не обязан знать Вашу тему досконально, а снисходительное поучение приведет к непредсказуемому результату в эфире.

Старайтесь использовать как можно меньше аббревиатур и технических терминов.

Особый интерес для них представляют различные прогнозы на дальнейшее развитие событий. Желание оказать услугу журналисту может обернуться ответственностью за невыполненные обещания. Соглашайтесь на интервью или размещение информации в СМИ, только если это действительно принесет пользу. Иначе лучше ответить отказом.

Правила общения с журналистами – три НЕ

НЕ существует понятия – это не для эфира, между нами, по секрету и тому подобное. Именно это и выйдет в эфир рано или поздно.

НЕ забывайте, во время беседы с Вами у журналиста включен диктофон. На телефоне включен режим записи разговора.

Не требуйте ничего у журналиста в приказном тоне. Вы ему не начальство, вообще никто. Все просьбы должны быть в дружелюбной адекватной форме. Не путать с заискиванием.

Анонс мероприятия

Самое лучшее время для проведения мероприятия – первая половина недели и первая половина дня.

Не самое лучшее время, если ваше мероприятие совпадает с другим более масштабным мероприятием – Итоговая пресс-конференция главы государства, Правительства, государственные праздники, визиты глав государств, ШОС и подобные мероприятия.

5. Пресс-релиз

Термин

***Пресс-релиз** - сообщение для прессы; информационное сообщение, содержащее в себе новость об организации, выпустившей пресс-релиз, изложение её позиции по какому-либо вопросу и передаваемое для публикации в СМИ.*

Пресс-релиз подразумевает стандартную структуру, которой следует придерживаться. Он состоит из:

- заголовка (часто с подзаголовком)
- первого абзаца, где содержится самая важная информация
- основной части, где рассказываются подробности, излагаются дополнительные факты
- контактной информации
- справки о компании

Журналисты ежедневно получают десятки, а иногда и сотни пресс-релизов, и читать их все от начала и до конца готовы немногие. Первое, что прочитывается – это заголовок, и, если он интересен, то будет прочитан первый абзац. Поэтому для пресс-релиза необходим яркий, но при этом информативный заголовок, а ключевые сведения должна содержаться в первом абзаце. Первый абзац отвечает на пять вопросов: кто, что сделал, где, когда, почему. Когда вы собираетесь написать пресс-релиз, обязательно помните об этом правиле пяти вопросов.

Еще одно правило - откровенно хвalebных фраз в пресс-релизе стоит избегать. Помните, что, собираясь написать пресс-релиз, вы готовите не рекламное, а новостное сообщение, тогда как избытие слов вроде «лучший», «уникальный» и т.п. превращает текст в рекламу. Пресс-релиз, который больше похож на рекламу, не только не заинтересует журналиста – он вызовет у него негативную реакцию, и ваша же новость сработает против вас. Поэтому, как бы вам ни хотелось расхвалить свою продукцию в тексте, придерживайтесь новостного формата и сообщайте в первую очередь факты.

Не перегружайте пресс-релиз обилием официальной информации, графиками, таблицами, наименованиями и номерами нормативных актов. Все это все равно не будет опубликовано. У каждого гос органа есть сайт. В конце пресс-релиза можно написать

«Более подробную информацию, вы можете узнать по ссылке www.vahsait.kg ».

И вот уже на вашем сайте можете дать волю цифрам, статистическим данным, исследованиям хоть на десяти страницах.

В любом новостном сюжете есть шаблон – привести мнение трех персонажей. Одна сторона, другая сторона и эксперт. Так вот, если Вы в конце пресс-релиза укажете номера экспертов по этому вопросу, то во-первых, получите в СМИ то мнение, какое планировали, во-вторых, облегчите задачу журналисту по поиску эксперта.

Также, важно помочь найти местного жителя, допустим, для репортажа об улучшении снабжения питьевой водой.

Важно! Разделяйте свое и не свое поле

- Если ваш инфоповод и пресс-релиз затрагивает также деятельность другого гос органа, обязательно проработайте этот вопрос совместно.
- Если ваш инфоповод и пресс-релиз включает в себя визиты первых лиц государства, обязательно проработайте этот вопрос с соответствующими Отделами информационной политики.

Пример хорошего пресс-релиза.

Заголовок В Кыргызстане стартует программа по бесплатной проверке зрения.

Подзаголовок Принять участие в ней могут жители городов Кыргызстана в возрасте от 6 лет. По словам организаторов, глобальной миссией проекта является повышение качества жизни кыргызстанцев. Программа

направлена на привлечение внимания к проблеме здоровья глаз и предупреждения их заболеваний.

Первый абзац – самое важное. Социальная программа по бесплатной проверке зрения стартовала при поддержке **кто?** Министерства здравоохранения КР и Фонда Ыйман. Экспресс-диагностику проводят на современном оборудовании. Занимает процедура всего десять минут. Пройдя диагностику, горожане смогут понять, как они видят, требуется ли им коррекция зрения и не пора ли задуматься об очках.

Основная часть, детали. Процедура включает в себя проверку остроты зрения при рассмотрении предметов на разных расстояниях, а также компьютерное обследование на авторефрактометре. Оборудование нового поколения позволяет не только диагностировать близорукость или дальнозоркость, но и выявить астигматизм. По словам специалистов, нередко пациенты могут даже не задаваться вопросом о том, нужны ли им очки. Поэтому своевременная проверка зрения в буквальном смысле способна «открыть глаза» на возможную проблему.

Для кого? К участию в проекте приглашаются как взрослые, так и дети от 6 лет. По мнению специалистов, проверять зрение малышам требуется чаще, чем взрослым.

Где? Когда? Пройти бесплатную экспресс-проверку зрения можно во всех кабинетах окулистов городских поликлиник. Программа стартует с 01 июня и продлится до 01 августа 2019 г.

Контакты Подробнее узнать о программе диагностики зрения можно по телефону горячей линии: +996 312 103-103.

Прикрепленное фото.

Современный контроль зрения.



Этот же релиз в неудачном варианте.

Во исполнение распоряжения Правительства № 103/4 от 25 января 2018 года «Об улучшении качества оказываемых услуг населению Кыргызской Республики» Министерство здравоохранения Кыргызской Республики под руководством министра Жакшыбаева Жакшыбая ряд мер по профилактике болезней органов зрения.

В рамках общегосударственной стратегической программы «Ден-соолук», разработанной на 2018-2022 годы, раздел V, п. 14.4 «Качество оказываемых услуг», где

указано, что каждый гражданин Кыргызской Республики имеет право на качественное оказание медицинских услуг, в том числе услуг обследования для всех категорий населения.

Согласно данным Национального статистического комитета число лиц, имеющих различные проблемы со зрением увеличивается с каждым годом и на начало 2019 года составляет более 24,7 % об общего числа зарегистрированных в государственных поликлиниках. Из них 10,2% составляют болезни органов зрения, которые не позволяют вести полноценный образ жизни.

Межведомственная группа представляет оценочные данные материального ущерба от ухудшения зрения работоспособного слоя населения, которые рассчитываются на основании данных исследований, проведенных, согласно ежегодного плана мероприятий МЗ КР, с использованием поправочных коэффициентов. Благодаря данной работе значительно сократилась разница между данными МЗ КР и НСК. Кроме того, в Кыргызстане проводится последовательная работа по конфиденциальному разбору случаев потери зрения на рабочих местах.

В преддверии кампании по проверке зрения, был финализирован отчет, специально разработанный для МЗ Фондом Ыйман.

План мероприятий по проверке зрения у населения подписан в трехстороннем порядке и подлежит исполнению, после процедуры введения в Общереспубликанский План по предупреждению заболеваний на 2019 год. На данное мероприятие из государственного бюджета выделено 5,32 млн.сом.

Основной целью мероприятия является рассмотрение Министерством здравоохранения вопроса интеграции государственно-частного партнерства в области ранней диагностики заболеваний органов зрения, чтобы ключевые лица, принимающие решения в государственных медицинских учреждениях могли осуществлять прогнозирование потребностей в лекарственных средствах при планировании бюджета объекта МЗ КР на следующий год. Собранная статистическая информация будет способствовать контролю получения и распределения медикаментов по социально-значимым заболеваниям.

Министерство здравоохранения КР планирует в дальнейшем распространение данной программы по оздоровлению зрения во всех медицинских учреждениях Кыргызской Республики и в пунктах первичной медико-санитарной помощи на областном и районных уровнях.

Прикрепленное фото.

Фото 1. Трехстороннее подписание Плана обследования зрения населения КР.



Фото 2. График зависимости роста уровня заболеваний органов зрения и проведения профилактики со стороны государственных органов системы здравоохранения.



6. Организация пресс-конференции

Термин

Пресс-конференция - мероприятие для СМИ, проводимое в случаях, когда есть общественно значимая новость или любой другой повод, и организация или отдельная личность, непосредственно связанные с этой новостью или поводом, желают дать свои комментарии по этому вопросу.

Если ваша задача обсудить проблему, создать дискуссионное поле вокруг идеи или мнения, презентовать проект – можно выбрать и другую форму мероприятия для СМИ, не обязательно пресс-конференцию. А если уж непременно нужна пресс-конференция – будьте любезны создать новость, если ее у вас нет.

Заранее оповестите СМИ, строго придерживайтесь даты и времени, начинайте строго в обозначенное время, без опозданий.

Организовывая пресс-конференцию, нужно четко определить для всех участников следующие моменты:

- кто ваша целевая аудитория
- какова цель вашего выхода в СМИ

Подготовьте раздаточные материалы на двух языках. Как правило, все пресс-конференции проходят на двух языках.

Стандартный план пресс-конференции:

1. Модератор объявляет тему пресс-конференции и представляет всех участников.
2. Модератор предоставляет слово главному участнику
3. Выступление главного участника
4. Повторное его выступление на втором языке
5. Модератор объявляет о том, что выступления закончены и начинается часть «Вопросы – ответы».
6. Модератор по очереди предоставляет слово журналистам и дает возможность ответить выступающим.
7. Модератор объявляет о завершении пресс-конференции.

Определите для себя список неудобных вопросов, будьте готовы ответить на них. Время пресс-конференции не должно превышать одного часа. Поставьте конверты перед всеми, кто сидит в президиуме и раздайте СМИ список

присутствующих гостей и экспертов, если таковые имеют место.

По завершению пресс-конференции необходимо собрать все фото и видео материалы, публикации, новостные выпуски. О том, что прошла пресс-конференция на такую то тему, необходимо разместить информацию на вашем сайте, с публикацией фото и видео.

Как правило, многие конференц-залы ведут видео запись, если ее нет, позаботьтесь о том, чтобы все мероприятие было зафиксировано.

Поставьте в помещении, где проходит ваша пресс-конференция воду и одноразовые стаканы летом и, если есть возможность кулер с кипятком и одноразовые пакетики с чаем и кофе в прохладное время года.

7. Подготовка презентаций, раздаточных материалов.

Термин

Презентация - представляет собой сочетание текста, гипертекстовых ссылок, компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда (но не обязательно всё вместе), которые организованы в единую среду. Кроме того, презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации. Отличительной особенностью презентации является её интерактивность, то есть создаваемая для пользователя возможность взаимодействия через элементы управления.

8. Использование социальных сетей

Термин

Социальные сети – это он-лайн платформа, которую используют для общения, создания социальных отношений.

В декабре 2018 года Международный союз электросвязи представил отчет, в котором сообщил, что в интернет выходят 3,9 млрд человек или 51,2% населения планеты. При этом технологический доступ к Сети есть у большинства жителей Земли: 96% живет в зоне мобильной сотовой связи, а компьютеры есть у 83% семей в развитых странах. Число работающих SIM-карт уже превысило численность населения планеты.

Данные по Кыргызстану на декабрь 2018 г.:

Главный источник информации в регионах – ТВ (64%), интернет 26%.

Главный источник информации в городах – ТВ (44%), интернет (43%).

Надежным источником информации называют:

ТВ (63%), интернет (19%), радио (8%), печатные СМИ (5%).

Наличие сотовых телефонов – 96%, наличие компьютеров – 28%.

68% населения Кыргызстана пользуется интернетом, самый высокий показатель в Бишкеке – 83%. И

большинство пользователей выходит в интернет через сотовые аппараты – 65%.¹

Исходя из этих данных, можно заключить, что ПР отделам госорганов следует обратить внимание на аудиторию в соцсетях. Если в соцсетях начинается какое-либо обсуждение вопроса, касающегося работы госоргана, то рано или поздно на это обсуждение обратит внимание СМИ, а значит это попадет в новостные ленты. Также следует активно применять современные инструменты и технологии работы в SMM.

9. Основная нормативная база СМИ КР.

- Конституция Кыргызской Республики.
- Гражданский Кодекс Кыргызской Республики, часть первая,
- Закон Кыргызской Республики «О доступе к информации, находящейся в ведении государственных органов и органов местного самоуправления Кыргызской Республики» от 28.12.2006 г. № 213,
- Закон Кыргызской Республики «О средствах массовой информации» от 07.07.1992 г. № 938-ХII,
- Закон Кыргызской Республики «О защите профессиональной деятельности журналиста» от 11.11.1997 г. № 88,
- Закон Кыргызской Республики «О телевидении и радиовещании» от 02.06.2001И8 № 106

¹ Отчет компании М-вектор, декабрь 2018.

10. Телефоны/адреса основных республиканских и региональных СМИ

СМИ	Язык/форма собственности	ориентация	контакты
Акипресс	Русский, кыргызский/ частная	Все сферы	+996 (312) 45-54-38, 65-01-10
Спутник Кыргызстан	Русский, кыргызский/ частная	Все сферы	+996 (312) 98-69-33
Кнюс	Русский, кыргызский/ частная	Все сферы	+996 (312) 98-69-70
24.kg	Русский, кыргызский/ частная	Все сферы	+996 (312) 66-01-88
Политмер	Русский, кыргызский/ частная	политическая	+996 (312) 54-55-80
Вечерний Бишкек	Русский, кыргызский/ частная	Все сферы	+996 (312) 88-18-09
КирТАГ	Русский, кыргызский/ частная	Все сферы	+996 (312) 31-44-22
КНИА Кабар	Русский, кыргызский/ государственная	Все сферы	+996 (312) 62-05-74, 96-05-43

Клоор	Русский,кыргызский/ частная	Все сферы	+996 (312) 68-07-38, 68-07-40, 70-37-09
Медиа группа Европа+	Русский/ частная	Все сферы	+996 (312) 53-05-55
Vesti Кыргызстан	Русский/ частная	Все сферы	+996 (312) 68-03-54, 40-99-04
Kaktus.Media	Русский/ частная	Все сферы	+996 (312) 62-07-60.
Super.kg	Кыргызский /частная	Все сферы	+996 (312) 88-24-00
КТРК	Русский, кыргызский/ государственная	Все сферы	+996 (312) 39-20-59, 39-24-04
КТРК Ала-Тоо 24	Русский, кыргызский/ государственная	Все сферы	+996 (312) 67-04-69, 39-15-65
КТРК Маданият, Тарых, Тил.	Кыргызский /частная	Все сферы	+996 (312) 65-97-34
КТРК Музыка	Кыргызский /частная	Все сферы	+996 (312) 39-20-59, 39-24-04.

КТРК Баластан	Кыргызский /частная	Все сферы	+996 (312) 39-20-59
ГТРК ЭлТР	Русский, кыргызский/ государственная	Все сферы	+996 (312) 67-10-68
ЗАО 5 КАНАЛ	Русский, кыргызский/ государственная	Все сферы	+996 (312) 59-20-67
НТРК, парламентский канал Пирамида	Кыргызский/ государственная	Все сферы	+996 (312) 59-16-09
ТРК НБТ	Русский/ частная	Все сферы	+996 (312) 53-07-47
ТРК НТС	Русский, кыргызский/ частная	Все сферы	+996 (312) 57-77-49
ТРК New TV	Русский, кыргызский/ частная	Все сферы	+996(312) 56-46-20
ОТРК Биринчи Радио	Кыргызский/ государственная	Все сферы	+996(312) 65-84-99, 65-67-02
ОТРК Кыргыз Радио	Кыргызский/ государственная	Все сферы	+996(312) 65-66-39
ОТРК Мин Кыял ФМ	Кыргызский/ государственная	Все сферы	+996(312) 65-10-26

Радио Азаттык	Русский, кыргызский/ частная	Все сферы	+996(312) 31-60-82
Баткенская облгос- телерадио	Кыргызский/ государственная	Все сферы	0776- 00-56-52
Жалалабадская облгос- телерадио	Кыргызский/ государственная	Все сферы	0770- 81-53-00
Иссык- кульская облгос- телерадио	Кыргызский/ государственная	Все сферы	0555- 48-84-17, 0701- 60-38-07
Нарынская облгос- телерадио	Кыргызский/ государственная	Все сферы	0770- 59-75-52
Таласская облгос- телерадио	Кыргызский/ государственная	Все сферы	0777- 18-52-86
Межрегиональ- ная телерадио- вещательная организация Ынтымак	Кыргызский/ государственная	Все сферы	+996 (312) 67-01-91
ТРК Next TV	Кыргызский/ частная	Все сферы	+996 (312) 59-62-25
МГТРК МИР	Русский/ межгосударственная	Все сферы	+996 (312) 66-05-14

Республиканская газета “Слово Кыргызстана”	Русский/ республиканская	Все сферы	+996 (312) 62-20-50
Республиканская газета “Эркин-Тоо”	Кыргызский/ республиканская	Все сферы	+996 (312) 62-38-75, 62-38-78
Республиканская газета “Кыргыз Туусу”	Кыргызский/ республиканская	Все сферы	+996 (312) 62-20-29, 62-20-17
Газета “Вечерний Бишкек”	Русский/ частная	Все сферы	+996(312) 48-65-65
Газета “Супер Инфо ”	Кыргызский/ частная	Все сферы	+996(312) 88-24-00