



ПРОГРАММА ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА
Европейский инструмент в области демократии и прав человека

Проект “Открытые сообщества – Открытые СМИ”

Методическое пособие

САМ СЕБЕ ПРЕСС-СЕКРЕТАРЬ

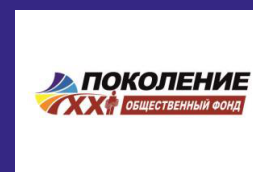
“Ачык коомчулук – Ачык ЖМК” долбоору

МЕН ӨЗҮМӨ ПРЕСС-КАТЧЫМЫН

Методикалык колдонмосу



Проект финансируется
Европейским Союзом



Данная публикация подготовлена при финансовой поддержке Европейского Союза. Содержание данной публикации является предметом ответственности проекта «Открытые Сообщества – Открытые СМИ» и не отражает точку зрения Европейского Союза.

Бул басылма Европа Биримдигинин каржылык жардамы менен даярдалган. Бул басылманын мазмуну «Ачык коомчулук – ачык ЖМК» долбоорунун жоопкерчилиги - жана Европа Биримдигинин башкармалыгынын көз карашын чагылдырбайт.



Проект «Открытые сообщества - открытые СМИ» финансируется Европейским Союзом

Методическое пособие **САМ СЕБЕ ПРЕСС-СЕКРЕТАРЬ**

ТАГЖАНА АЙДАРАЛИЕВА

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. Подготовка внешнего вида для интервью*
- 2. Подготовка помещения для интервью*
- 3. Разработка программы мероприятия*
- 4. Формат общения с журналистами*
- 5. Пресс-релиз*
- 6. Организация пресс-конференции*
- 7. Подготовка презентаций, раздаточных материалов*
- 8. Использование социальных сетей*
- 9. Нормативная база данных*

Уважаемые читатели!

Что это? Вы держите в руках информационное пособие по основам качественного выстраивания взаимоотношений со СМИ в некоммерческих организациях. Конечно, оно не является исчерпывающим, но все же основные техники и инструменты сюда включены. Благодаря им вы узнаете, как правильно подобрать гардероб для интервью на телевидении, как и что сказать, чтобы вас услышали, поняли и запомнили, как написать для СМИ, чтобы увидеть это в вечерних новостях и многое другое.

Откуда это? Все это взято из личных практик, множество раз успешно опробовано и только потом предложено вам в качестве руководства по работе со СМИ. Оно не предназначено для профессиональных журналистов и пресс-секретарей, т.е. тех специалистов, которые получили многолетнее специальное образование в этой сфере.

Зачем это? Сегодняшний мир изменчив, непостоянен и непредсказуем. Такую же тенденцию развития получают и СМИ. Знаете какое количество ньюсмейкеров, т.е. тех людей, которые генерируют новость, сегодня в Кыргызстане? Примерно 6 млн. Да. Все, у кого есть доступ в социальные сети могут создать и распространить новость в масштабе всей страны. И чтобы в этом быстроменяющемся потоке быть услышанным и получить обратную связь от общества нужно знать основы работы со СМИ.

Пожелание от автора. Качественная, оперативная обратная связь с обществом – это основа успешного развития не только каждого гос органа, но и государства в целом.

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 ввиду.

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 должны 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 изобилие 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.vashsait.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.

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.

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.



ForexAW.com

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 куверты 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 PR 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.

¹ Отчет компании М-вектор, декабрь 2018.

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-ХІІ,

- 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



«Ачык коомчулук - ачык ЖМК» долбоору Европа Биримдиги тарабынан каржаланат

МЕН ӨЗҮМӨ ПРЕСС-КАТЧЫМЫН

Методикалык колдонмосу

ТАГЖАНА АЙДАРАЛИЕВА

МАЗМУНУ

- 1. Интервью берүү үчүн сырткы келбетти даярдоо*
- 2. Интервью берүү үчүн бөлмөнү даярдоо*
- 3. Иш-чаранын программасын иштеп чыгуу*
- 4. Журналистер менен баарлашуу форматы*
- 5. Пресс-релиз*
- 6. Пресс-конференцияны уюштуруу*
- 7. Презентацияларды, таркатылып берилүүчү материалдарды даярдоо*
- 8. Социалдык түйүндөрдү пайдалануу*
- 9. Маалыматтардын ченемдик базасы*

Урматтуу окурмандар!

Бул эмне? Силер колуңарда коммерциялык эмес уюмдарда ММК менен сапаттуу деңгээлде өз ара мамиле түзүүнүн негиздери боюнча маалыматтык китепти кармап турасыздар. Албетте, бул китеп баарын камтыбайт, бирок ошентсе да негизги техникалар жана каражаттар бул жерге киргизилген. Алардан силер телекөрсөтүүгө интервью үчүн кантип туура кийим тандоо, силерди угуусу, түшүнүүсү жана эстеп калуусу үчүн эмнени кантип айтуу, кечки жаңылыктардан көрүү үчүн ММКна кантип жазуу керектиги боюнча, жана башкаларды окуп билесиңер.

Бул кайдан? Булардын баары жеке тажрыйбадан алынган, көп жолу ийгиликтүү сыналган жана андан кийин гана ММК менен иштөөдө жетекчиликке алуу катарында силерге сунушталган. Китеп адистик журналисттер жана пресс-катчылар үчүн даярдалган эмес, б.а. бул тармак боюнча көп жылдык атайын билим алган адистер үчүн эмес.

Бул эмне үчүн? Бүгүнкү дүйнө өзгөрүлмөлүү, туруксуз жана алдын ала айтууга болбойт. Ушундай эле өнүгүү тенденциясы ММК да болууда. Билесиңерби, ньюсмейкерлердин, б.а. бүгүн Кыргызстанда жаңылыктарды жаратып жаткан адамдардын саны канча? Болжол менен 6 млн. Ооба. Баары, кимде социалдык тармактардан пайдалануу мүмкүнчүлүгү болсо, баары жаңылыктарды жазып, бүтүндөй өлкөнүн масштабында жайылта алат. Ошондуктан ушул тез өзгөрүлмө агымында угулуп жана коом менен кайтарымдуу байланышта болуу үчүн ММК менен иштөө негиздерин билүү зарыл.

Автордон каалоолор. Коом менен сапаттуу, ыкчам кайтарымдуу байланышта болуу - бул ар бир мамлекеттик

органдын гана эмес, жалпы мамлекеттин да ийгиликтүү өнүгүүсүнүн негизи.

1. Интервью берүү үчүн сырткы келбетти даярдоо.

Интервью – эки же андан көп адамдардын баарлашуусунун бир түрү, анын жүрүшүндө интервью алган адам суроо берип, аларга жооп алат. Айрым учурларда бул түз эфир аркылуу жүргүзүлөт.

Адатта жетекчилер маалыматтык, аналитикалык, социалдык жана башка программаларга катышат. Мындай программалардын тематикасы жаркыраган келбетти талап кылат.

Бүгүнкү күндө кийимди ТВ-интервью үчүн гана туура тандабай, радиону дагы эске алуу керек, анткени, студиялардын көбүндө эфирди онлайн чагылдырган камералар бар, видео жазуу ошондой эле радионун сайтына жана социалдык тармактарда дагы жүргүзүлөт. Демек, сизди көрүп дагы, угуп дагы атышат. Интервью үчүн сырткы келбетти даярдоо оор эмес – төмөндөгү кеңештерди кармануу жетиштүү болот. Алардын бардыгы сиздин интервью өз максатына жетишине багытталат – көрүүчүнүн көңүлүн интервьюнун темасынан алаксытпай, коомго керектүү маалыматты жеткирүү.

ТВ-камера майда сүрөттөрү жана сызыктары бар кийимди жакшы көрбөйт, ошондой эле майда сүрөттөр экран аркылуу титирөө эффектин бериши мүмкүн.

Эфирге толугу менен ак, кара, кызыл (саргыч кызыл) жана бардык неон түстөрүнөн турган кийим кийбеңиз. Ак экрандан “күйүп калып”, көрүүчүнүн көңүлүн тартып алат, кара түс тескерисинче, жарыктын бардыгын алып, сүйлөп

жаткан адамдын бетинин өңүн бузуп коет, кызыл жана башка ачык түстөр камерада ымыр-чымыр болуп көрүнөт. Сыналгы экраны үчүн эң коопсуз түс – көк. Бирок арткы фон кандай боло турганын эртелеп тактап алыңыз, эгер ал дагы көк болсо, албетте бул өндөгү кийимди кийбей эле койгон оң.

Ачык түстөгү галстук же анча чоң эмес шарф жүздү ачуу менен бирге, өзүнө болгон көңүлдү тартып албайт. Күнүмдүк жашоодо мындай образ сиз үчүн эмес болсо дагы, жаңылыктар программасында жакшы көрүнөт. Бирок унутпаңыз, ачык акценттерден бирөө гана болушу керек.



Аялдарга кеңеш – чоң, шалбыраган сөйкө тагынбаңыз – алар сизден көңүлдү алып качат. Кыймылдаган, үн чыгарган, жарыкка чагылышкан жана микрофонду колдонууда тоскоолдук жараткан зер буюмдардын бардыгын чечип салыңыз. Юбканын идеалдуу варианты – тизеден бир алаканга (же эки алаканга) ылдый отурган.

Эркектер болсо байпактарынын узундугуна жана өңүнө маани бериши керек – адам креслого отурганда же буттарын кайчылаштырып отурганда, байпактардын аяктаган жери көрүнбөш керек. Колдор жабык болуусу зарыл, эфирге жеңи кыска көйнөк кийгенге болбойт. Эгер буга чейин мындай кийимчендерди эфирден көрүп эле жүрсөңүз дагы, эң эле

ийгиликтүү эмес образдарга теңелбеңиз. Галстуктар – чоң, ачык түстөгү сүрөттөрү жок. Толугу менен капкара галстуктар көңүл айтуу же аза күтүүдө ыңгайлуу. Ачык кызыл, сары жана ак галстуктар жүздөн көңүлдү буруп, олуттуу темадагы талкуу учурунда ыңгайсыз көрүнөт. ТВ съемкалар учурунда бут кийим көбүнесе көрүнбөсө дагы, сизди алып баруучунун жанына ортого чыгарып, бутуңуз көрүнүп дагы калышы мүмкүн экенин (интервьюдан кийин дагы) эстен чыгарбаңыз.

Салттуу өңдөр (боз, көк) жакшы кабыл алынат, көрүүчүлөрдүн көңүлү сиздин кийимиңизде эмес, айткан сөздөрдө болот.

2. Интервью үчүн бөлмөнү даярдоо.

Интервью дайым эле атайын студияларда жазылбайт, басымдуу учурларда ЖМК өкүлдөрү интервью ала турган кишиге өздөрү келет.

Демек, иш кабинети болсо:

Вахта/күзөт кызматына сизге ЖМК өкүлдөрү келе турганын айтып коюңуз. Эгер ал режим сакталган стратегиялык объект болсо, журналисттерге сөзсүз түрдө паспортун ала келиши керектигин айтуу керек. Сиздин кабинетке кирип бара жатып, журналисттин көзү эмнеге түшө турганын байкаңыз. Жардамчы/катчыңызды интервью учурунда кабинетке эч ким кирбеши керек деп эскертиңиз.

Столдун үстүнөн ашыкча буюмдарды алып коюу керек. Компьютер экранында эмне көрүнүп атканына дагы көңүл буруңуз.

ТВ-экран аркылуу көрүнүп калышын каалабай турган сувенир, сүрөт жана башка буюмдарды алып салыңыз.

Операторлор үчүн жакшы жарык керек, андыктан, жарыктын барын күйгүзүп бериңиз, калганын оператор өзү кылып алат.

Интервью учурунда телефонуңузду үнсүз режимине коюп же үнүн болушунча азайтып коюңуз. Эгер сиз отурган имаратта оңдоо иштери жүрүп жатса, куруучулардан интервью учурунда перфоратор жана башка тоскоолдук жараткан шаймандардын үнүн азайтып турууну сураныңыздар. Эгер сиздин интервью башка адамдар бар жерде өтсө, аларды ашыкча сүйлөшүүлөрдөн, телефон чалуулардан баш тартуусун, ары-бери жөндөн-жөн баспай турушун сураныңыздар.



Баса, интервьюдан кийин телефонду дагы кадимки үндүү режимге кайтарууну унутпаңыз.

- **АКТОВЫЙ зал же башка бөлмө.** Күзөт кызматын/вахтаны ЖМК келе турганын эскертип коюу зарыл. Ошол залга бара турган жолго “ЖМК үчүн” деген жазууларды багыт катары чаптап коюңуз. Бул керектүү залды оңой жана тез табуу үчүн ыңгайлуу. Анткени, сиздин мекемени сиз гана жакшы билесиз.

Көрсөтмө багыттагыч үлгүсү:

“Таза суу өмүр булагы” темасында тегерек стол маеги

Бөлмөдө жарык жетиштүү болушу керек. Эгер сахнадагы президиумда сөз айтыла турган болсо, сүйлөй турган ар бир адамдын алдында анын аты-жөнү жана кызмат орду жазылган куверт турушу керек. Президиумдун алдында жана катарлардын ортосунда ТВ-операторлор үчүн орун калтырып коюңуз. Операторлор бөлмөнүн ичинде камера жана штатив менен эркин кыймылдашы керек, бул сиздин иш-чара кызыктуу жана толук кандуу тартылышы үчүн зарыл. Аларды электр розеткалары жана узарткычтар менен камсыздаңыз. Журналисттер үчүн орун калтыруу керек. Аппаратураны текшерип.

- Имараттан тышкары/талаа/башка ачык жер. ЖМК өкүлдөрү ал жерге кантип жетип, кантип кете турганын ойлонуп коюңуз. Чогула турган жерди эртелеп сүйлөшүп алыңыз. ЖМКга транспорттогу эң мыкты орундарды бериңиз. Транспортто ЖМК жана башка адамдардын бир отурушунан качыңыз. Каттамды эртелеп түзүп, программаны журналисттерге таратып бериңиз. Сиздин аракеттер жакшы кадрга түшсүн десеңиз, оператор жана журналисттер сиздин кыймыл-аракетке жетишиши үчүн талаа/объектиде ары-бери чуркабаңыз. Транспорт колоннасы жерине жеткен учурда, журналисттердин транспортун күтүп туруңуз, аларга аппаратурасын орнотуп, тууралашына убакыт талап кылынат.

Эгер өндүрүш объектинде журналисттер менен съемка болсо, аларды сөзсүз түрдө коопсуздук каражаттары менен камсыздаңыз (каска, резина өтүк жана башка). Коопсуздук техникасынын бардык эрежелери аларга дагы тиешелүү. Кыскача инструктаж жүргүзүңүз. Баса турган жерлерди лента менен тосуп койсо жакшы болот. Эсиңизде болсун, эксклюзив кадрларын издеп, журналисттер жана

операторлор белгиленген каттамдан чыгып кетиши да мүмкүн. Андыктан аларды жандай турган бир нече адамды бекитип коюңуз.

3. Иш-чаранын программасын иштеп чыгуу.

Коомчулуктун көңүлүн буруп, ага толук жеткирүүнү максат кылган маселелерди иш-чаранын башталышында пландаштыруу талап кылынат.

Иш-чара		
Эң маанилүү	Негизги	Ыраазычылык, билдирүү, каалоо-тилек, эскретүүлөр

ЖМКнын басымдуу бөлүгү иш-чара башталгандан кийин 20-30 мүнөттөн кийин эле кетип калат. Аларда аягына чейин отуруу үчүн убакыт жок. Андан тышкары, тартылган материалды дагы иштеп чыгып, студияга өткөрүп берүү зарыл. Жаңылыктардын журналисттери алдыңкы чыгарылышка чейин жетишиши керек. Журналисттер ошондой эле чакырылган коноктор менен, Өкмөт, министрликтердин ж.б өкүлдөр менен кошо дагы кетип калат.

Андыктан, эгер сизге иш-чараны толук тартуу керек болсо, өзүнчө фото-видео операторду камсыздап коюңуз. Кийин ошол эле кадрларды иш-чарага келе албай калган ЖМКларга берип койсо болот.

Эгер сиздин иш-чарага бир нече локация керек болсо, программада брифинг үчүн жерди тактап жазып коюңуз, сүйлөй турган адамдардын аты-жөнүн, кызмат ордун дагы

жазуу керек. Болбосо, интервью учурундагы бардык жылыштар учурунда сизден келип сурай беришет. Журналист интервью алуу мүмкүнчүлүгү бар жерлерди жана убактысын так билиши керек.

Эксперт, активист, тармактагы ардагерлерди дагы чакыруу – журналисттердин ишин жеңилдетет, алар үчүн тарапты издөө менен убара болбойт. Өз кесиптештериңизге ЖМК өкүлдөрү менен сылык мамиледе болуусун түшүндүрүп коюңуз. ЖМК менен байланыш программанын алкагында гана жана эртелеп пландалган адамдар менен гана болушу керек.

4. Журналистер менен баарлашуу форматы.

Биринчиден, Кыргыз Республикасынын Конституциясынын экинчи главасынын 33-беренесине ылайык:

- "...Ар ким маалыматты эркин издөө, алуу, сактоо, пайдалануу жана аны оозеки, жазуу жүзүндө же башка ыкма менен жайылтуу укугуна ээ.

- "...Ар ким мамлекеттик бийлик органдарынын, жергиликтүү өз алдынча башкаруу органдарынын жана алардын кызмат адамдарынын, мамлекеттик бийлик органдары жана жергиликтүү өз алдынча башкаруу органдары катышкан юридикалык жактардын, ошондой эле республикалык жана жергиликтүү бюджеттерден каржыланган уюмдардын иштери тууралуу маалыматтарды алууга укуктуу.

Ар кимге мамлекеттик органдардын, жергиликтүү өз алдынча башкаруу органдарынын жана алардын кызмат адамдарынын карамагында болгон маалыматтарды алууга кепилдик берилет. Маалымат берүүнүн тартиби мыйзам менен аныкталат”.

Ошондой эле, “Кыргыз Республикасынын 2016-жылдын 28-декабрнда кабыл алынган Кыргыз Республикасынын мамлекеттик органдарынын жана жергиликтүү өз алдынча башкаруу органдарынын карамагында турган маалыматтардан пайдалануу мүмкүнчүлүгү жөнүндө” ченемдик актыны, Кыргыз Республикасынын Президентинин 2010-жылдын 29-сентябрндагы №212 “Мамлекеттик башкаруу органдарынын жарандык коом менен өз ара иш алып баруусун өркүндөтүү жөнүндө” жарлыгы менен да кылдат таанышып алуу зарыл.

Телеберүүгө катышууну өтүнүшсө, төмөнкү учурларды алдын ала тактап алуу талап кылынат:

-сизден тышкары, дагы ким катышат;

-алып баруучу ким. Эгер мүмкүнчүлүк болсо, анын берүүлөрүн көрүп чыгыңыз, анын стилин, пикирин билип аласыз;

-түз эфир же запись боло турганын. Эгер запись болсо, анда эфирге чыгуу убактысын тактап, өзүңүз үчүн флеш-картага дагы записи көчүрүп алууну сураңыз;

-көрүүчүлөр/угуучулардан суроолор болобу;

-сизге бериле турган суроолорду эртелеп түзүп, жөнөтүп койсоңуз, эки тарапка тең жакшы болот.

-алып баруучу сиздин ишмердүүлүктү толугу менен билбей, теманы толук кандуу ачуу үчүн так суроолорду бере албай калышы ыктымал;

-журналистке ошондой эле аты-жөнүңүздү, ээлеген кызматыңызды жана уюмдун аталышын тактап жазып коюңуз. алар титрди эртелеп жазат.

-эгер тема жана катышуучулардын курамы сизди же сиздин мамлекеттик органдын жаман жагы көрсөтүүнү көздөп жатканынан кабар берсе, катышуудан баш тартуу оң. Бүгүнкү күндө ЖМК ар кандай, ар биринин максаты жана ээси

ар башка. Жөнөкөй тил менен, кыска, түз жана салмактуу жооп бериңиз. Жооптон качып, чындыкты жашырууга аракет кылбаңыз. Мындай метод иштебейт. Сизди туура эмес түшүнүп алгандар сиздин сөздү башка нукка буруп коюшу мүмкүн. Бир нече идеяны түзүп алыңыз дагы, аларды так жана кыска түшүндүрүп берүүгө аракет кылыңыз.

Эл алдында журналистке акыл үйрөтүүдөн баш тартыңыз, ал сиздин теманы толугу менен билүүгө милдеттүү эмес, ал эми сиздин акыл үйрөтүү эфирден терс таасирин берет.

Аббревиатура жана техникалык терминдерди азыраак колдонуңуз. Алар үчүн окуянын кийинки өнүгүүсү кызык болот. Журналистке жагам деп, аткарылбай турган убадаларды берип албаңыз. ЖМКга интервью же маалымат берүүдө анын сизге пайдалуу жагын караңыз, болбосо, баш тартыңыз.

ЖУРНАЛИСТТЕР МЕНЕН БААРЛАШУУ ЭРЕЖЕЛЕРИ – ҮЧ “ЖОК”

-Бул эфир үчүн, а бул эфирге ылайыктуу эмес, өз ара, сыр болсун – деген түшүк болбошу керек. Ал ошол нерсе, эртеби, кечпи эфирге чыгат.

-Сүйлөшүү учурунда журналисттин микрофону күйүп турганын эстен чыгарбаңыз. Телефондо болсо сүйлөшүүнү жазып ала турган шайман бар.

-Журналист менен башкаруу тону менен сүйлөшпөңүз. Сиз анын жетекчиси эмессиз, сиз ага эчким эмессиз. Бардык суранычтар сылык мамиледе айтылышы керек. Кошомат кылуу менен алмаштырбаңыз.

ИШ-ЧАРАНЫ АНОНСТОО

Иш-чараны өткөрүүгө эң ылайыктуу учур – жуманын биринчи жарымы жана күндүн биринчи жарымы.

Башка чоң иш-чара менен бир учурга коюу, жакшы эмес вариант. Мамлекет башчынын жыйынтыктоочу пресс-конференциясы, өкмөттүн отуруму, мамлекеттик майрамдар, президенттердин сапарлары жана башка ушул сыяктуу иш-чаралар.

5. Пресс релиз

Термин

Пресс-релиз – бул, басма сөз үчүн маалыматтар; пресс-релизди чыгарган уюмдун иши тууралуу жаңылыктарды камтыган, кайсыл бир маселе боюнча уюмдун позициясын чагылдыруу менен ЖМК таркатылган маалыматтык билдирүү.

Пресс-релиз стандарттык түзүмдө тизмектелип, төмөндө келтирилгендерден турууга тийиш:

- аталыштан (көпчүлүк учурда чакан аталыштан)
- эң маанилүү маалыматты камтыган биринчи абзацтан
- биринчи абзацта чагылдырылгандар ырааттуу чечмеленип, кошумча фактылар келтирилген негизги бөлүктөн
- байланыш маалыматтарынан
- компания тууралуу маалыматтардан

ЖУРНАЛИСТТЕР КҮН САЙЫН ОНДОГОН, КЭЭДЕ ЖҮЗДӨГӨН ПРЕСС-РЕЛИЗДЕРДИ АЛАТ, АЛАРДЫН БАРДЫГЫН ТОЛУГУ МЕНЕН ОКУП ЧЫГУУГА БАРДЫГЫ ДАЯР ЭМЕС.

Биринчи окула турганы – аталышы, эгер ал кызыктуу болсо, биринчи абзац дагы окулат. Андыктан, пресс-релиз үчүн курч бирок керектүү маалымат камтылган аталыш керек. Ал эми негизги баскычтар биринчи абзацта камтылышы керек. Биринчи абзац 5 суроого жооп берет: ким, эмне кылды, каякта, качан, эмнеге? Пресс-релиз жазууда ушул 5 суроо тууралуу унутпаңыз.

Дагы бир эреже – ачык мактануудан алыс болуңуз. Пресс-релиз жазууда жарнамалык эмес, маалыматтык текст жазып атканыңыз эсте болсун. “Эң мыкты”, “уникалдуу” жана башка ушул сыяктуу сөздөр текстти жарнамага айландырат. Жарнамага окшогон пресс-релиз журналистти кызыктырбай, тескерисинче, терс таасир берет, ошондо сиздин маалымат сизге каршы иштеп кетиши мүмкүн. Текстте продукцияны мактоо керек болсо, жаңылык форматынан чыкпай, фактыларга таянып жазыңыз.

Пресс-релизди расмий маалымат менен, графика, таблица, аталыштар жана укуктук актылардын номерлери менен толтуруп салбаңыз. Алар бары бир басып чыгарылбайт. Ар бир мамлекеттик органдын сайты бар. Пресс-релиздин аягында “Кененирээк маалыматты биздин сайттан бул шилтеме www.vahsait.kg менен биле аласыз” деп жазып койсо болот.

Дал ошол сайтта сандарды, статистикалык маалыматты, изилдөөлөр тууралуу толук маалыматты кааласаңыз 10 баракта жазып койсо болот.

Ар бир жаңылык сюжетинде шаблон бар – 3 каармандын пикирин келтирүү. Биринчи тарап, экинчи тарап жана

эксперт. Пресс-релиздин аягында бул суроо боюнча эксперттердин номерлерин жазып койсоңуз, журналисттин ишин жеңилдетесиз. Ошондой эле, алсак, таза суу менен камсыз кылуу жөнүндө маалыматты чагылдырууда жергиликтүү тургунду таап берсеңиз болот.

Маанилүү! Өзүңүздүн жана сизге таандык эмес чекти ажырата билиңиз.

- Эгер сиздин маалымат жана пресс-релиз башка мамлекеттик органга дагы тиешеси бар болсо, бул суроону чогу иштеп чыгуу керек.

ЖАКШЫ ЖАЗЫЛГАН ПРЕСС-РЕЛИЗДИН МИСАЛЫ

Аталышы. Кыргызстанда көрүү мүнкүнчүлүгүн акысыз текшертүү программасы старт алды.

Экинчи аталышы. Бул программага Кыргызстандын бардык аймактарынын 6 жаштан өткөн бардык жарандары катыша алат. Уюштуруучулардын пикири боюнча Кыргызстандыктардын жашоо сапатын жогорулатуу аталган долбоордун көздөгөн башкы максаты. Программа көздүн көрүү мүнкүнчүлүгүнө айрыкча көңүл бурууга жана көз кареги илдеттерин алдын алууга багытталган.

Биринчи абзац – эң маанилүү. Көздүн көрүүсүн текшерүү боюнча социалдык программа (ким?) Саламаттыкты сактоо жана “Ыйман” фондунун колдоосу менен ишке ашууда. Экспресс-диагностика заманбап жабдуу менен жасалат. Процедура болгону 10 мүнөткө созулат. Диагностиканы өткөн жаран көз көрүүсүн текшерип, коррекция керекпи-жокпу, көз айнек тууралуу ойлонууга убакыт келгенин же жоктугун түшүнөт.

Негизги бөлүк, чечмелөөлөр. Процедура буюмдарды алыстан, жакындан көрүүдө текшерилип, компьютердик изилдөө авторефрактометрде жүргүзүлөт. Жаңы муундагы

жабдуу алыстан же жакындан көрүүдө маселени гана аныктабастан, астигматизмди дагы аныктоого жардам берет. Адистердин айтымында, бейтаптар басымдуу учурларда аларга көз айнек керекпи/жокпу ойлонбойт. Андыктан, маселени өз учурунда аныктоо маанилүү.

Кимге? Долбоорго чоңдор жана 6 жаштан жогорку балдар катыша алат. Адистердин пикиринде, балдардын көз көрүүсүн чоңдорго караганда тез-тезден текшерип туруу керек.

Каякта? Качан? Акысыз экспресс-текшерүү шаардагы бейтапканаларда окулисттердин кабинетинде жүргүзүлөт. Программа 2019-жылдын 1-июнунда старт алып, 1-августка чейин уланат. Байланыш.

Байланыштыруучу маалыматтар. Көз диагностикасы программасы тууралуу кененирээк маалыматты +996 3120103-103 түз байланыш номерлери аркылуу алса болот.

Сүрөт кошо тиркелген. Көз органын заманбап жабдуунун жардамы менен текшерүү.



УШУЛ ЭЛЕ ПРЕСС-РЕЛИЗ ТУУРА ЭМЕС ВАРИАНТТА

Өкмөттүн 2018-жылдын 25-январындагы № 103/4 “Кыргыз Республикасынын калкына сунушталып жаткан

кызмат көрсөтүүлөр сапатын акшыртуу тууралуу” токтом талабын аткаруу максатында Кыргыз Республикасынын Саламаттыкты сактоо минситрлиги минситр Жакшыбаев Жакшыбайдын жетекчилиги алдында көөрүү органын ар кандай илдеттерден алдын алуу боюнча бир катар чараларды көрдү.

“Менин ден-соолугум” стратегиялык жалпы мамлекеттик программасынын алкагында 2018-2022-жылдары иштелип чыккан п. 14.4 “Көрсөтүлгөн кызматтардын сапаты” V бөлүмү, анда ар бир жаран медициналык кызматка укугу бар экени жазылган, анын ичинде калктын бардык категориялары бар.

Улуттук статистика комитетинин маалыматына ылайык, көз көрүүсү начарлаган жарандардын саны жыл санап өсүүдө, 2019-жылдын башына карата мамлекеттик бейтапканаларда каттоого алынгандардын жалпы санынын 24,7% түздү. Алардын 10,2% көз саламаттыгынын айынан, толук кандуу жашоо шартында жашай албайт.

Ведомстволор аралык топ Саламаттыкты сактоо минситрлиги тарабынан жүргүзүлгөн иш-чаралардын ар жылдык планына ылайык жүргүзүлгөн иликтөө ишинин натыйжасында алынган маалыматтардын негизинде, оңдоо коэффиценттерин колдонуу менен эсептелинген иштөөгө толук жөндөмдүү калктын көрүү органынын начарлашынан улам келип чыккан материалдык чыгымдар боюнча маалыматтарды сунуштаган. Мындан тышкаары, Кыргызстанда жумуш ордунда иштеп жаткан учурда көрүү органына зыян келтирилип же андан толук ажырап калган кесепеттүү жагдайларды купуя териштирүү жагында ыраатуу иштер жүргүзүлүүдө.

Көз органын текшерүүдөн өткөрүү жагында иш-чаранын алдында “Ыйман” фондусу тарабынан Саламаттыкты сактоо министрлиги үчүн атайы иштелип чыккан финалдык отчет кароого сунушталган.

Калайык калктын көз органын текшерүүдөн өткөрүү боюнча иш-чаралар планына үчтараптуу негизде кол коюлган жана анын талабы Илдеттерди алдын алуу боюнча жалпы республикалык 2019-жылга каралган планды колдонууга киргизүү дол-жобосунан кийин аткарылууга тийиш. Бул иш-чараларга мамлекеттик бюджеттен 5,32 млн. сом бөлүнгөн.

Мамлекеттик медициналык мекемелерде чечим кабыл алган кызмат адамдары Саламаттыкты сактоо министрлигинин тиешелүү объектисинин кийинки жылга бюджетин пландаштырууда дары-дармекке болгон керектөөнү болжолдой алышына жетишүү максатында, көз органдарынын илдеттерин алдын ала аныктоо жагында мамлекеттик менчик өнөктөштүктү интеграциялоо маселесин аталган министрлик тарабынан кароого алынышына жетишүү – иш-чаранын негизги максатынан болуп саналат. Ал эми топтолгон статистикалык маалыматтар социалдык мүнөзгө ээ болгон илдетрге каршы колдонулуучу медикаменттерден алынышын жана бөлүштүлүшүн талаптагыдай контролдукка алууга өбөлгө түзөт.

Саламаттыкты сактоо министрлиги Кыргыз Республикасынын бардык медициналык мекемелеринде жана областтык-райондук деңгээлдеги медико-санитардык баштапкы жардамды көрсөткөн пунктарда көрүү органы илдеттеринен сакайтуу боюнча мына ушундай

программаларды андан ары жайылтуу максатын көздөп, аны пландаштырып жатат.

Фото 1. Кыргыз Республикасынын калкынын көз органын текшерүүдөн өткөрүү планына үч тараптуу негизде кол коюу аземи.



Сурөт 2. Көрүү органынын илдетке чалдыгуу деңгээли жана мамлекеттик саламаттыкты сактоо системасынын органдары тарабынан алдын ала алуу чараларын көрүү графиги.



ForexAW.com

6. Пресс-конференцияны уюштуруу.

Термин

Пресс-конференция – бул, коомчулук үчүн маанилүү болгон жаңылыктар түрмөгүн эле жеткирүү же кайсыл бир уюм же жеке инсан ошол жаңылыктар боюнча өз ой-пикирин билдирип, түшүндүрмө берүүгө ниеттелген жагдайларда ЖМК үчүн өткөрүлүүчү иш-чара.

Эгер сиздин башкы максат – маселени талкуу, идея же пикирдин айланасында дискуссиялык талаа түзүү, долбоорду тартуулоо болсо, анда ЖМК үчүн иш-чаранын башка формасын деле тандап алса болот, сөзсүз түрдө пресс-конференция эмес. А бирок сөзсүз түрдө пресс-конференция керек болуп атса, анда ага себеп боло турган жаңылык издеп табыңыз.

ЖМКга эртелеп билдирүү берип, белгиленген убактысын так карманып, кечикпегиле.

Пресс-конференция белгилеп жатып, бардык катышуучулар төмөнкүлөрдү аныктап алуусу кажет:

- аудиторияңыз ким

- ЖМКга чыгуу максаты кандай. Таратыла турган материалды даярдап коюңуз.

Пресс-конференциянын стандарттуу планы:

1. Модератор пресс-конференциянын темасын жарыялап, катышуучуларды тааныштырат.

2. Модератор башкы катышуучуга сөз берет.

3. Башкы катышуучунун сөзү.

4. Экинчи тилде кайталоо.

5. Модератор сүйлөө бөлүгү аяктаганын жарыялап, “суроо-жооп” бөлүгү башталат.

6. Модератор кезек менен журналисттерге сөз берип, катышуучуларга жооп берүүгү мүмкүнчүлүк берет.

7. Модератор пресс-конференция аяктаганын жарыялайт.

Сиз үчүн ыңгайсыз болгон суроолорду аныктап алыңыз дагы, аларга жооп берүүгө даяр болуңуз. Пресс-конференциянын убактысы 1 сааттан ашпашы керек.

ТАРАТЫЛГАН МАТЕРИАЛДАР МААЛЫМАТКА БАЙ БОЛУП, БИРОК СТАТИСТИКА МЕНЕН ТОЛТУРУЛБАШЫ КЕРЕК.

ЖАКШЫ ПРЕЗЕНТАЦИЯ – СӨЗҮ АЗ, КӨЗГӨ КӨРҮНӨ ТУРГАН МААЛЫМАТТАР, БАШКА УБАКЫТ ЖЕ БАШКА МААЛЫМАТТАР МЕНЕН САЛЫШТЫРУУ МҮМКҮНЧҮЛҮГҮ.

Сиз үчүн ыңгайсыз болгон суроолорду аныктап алыңыз дагы, аларга жооп берүүгө даяр болуңуз. Пресс-конференциянын убактысы 1 сааттан ашпашы керек.

Куверттерди катышуучулардын алдына коюп, ЖМК өкүлдөрүнө коноктордун жана эксперттердин аты-жөнү менен тизмени таратыңыз.

Пресс-конференция аяктагандан кийин бардык сүрөт-видео материалдарды, жаңылыктардын чыгарылышын чогултуп алыңыз. Адатта, конференц-залдар видео жазууну өздөрү жүргүзөт, ал жок болсо, иш-чара толугу менен чагылдырылышын камсыздап алыңыз. Конференция өтүп жаткан жерге жайында суу жана бир жолу колдонулуучу стакандарды коюп коюңуз, мүмкүнчүлүк болсо, суук учурда ысык суу менен кулер жана чай баштыкчаларын коюу керек.

7. Презентацияларды таркатылып берилүүчү материалдарды даярдоо.

Термин

Презентация – тексттер айкалышынан , шилтемелерден, компьютердик анимация, графиктерден, видео топтомдон турган, музыка жана үн менен коштолгон (бирок, бир эле учурда бардыгын эмес), бир нукка багытталып уюштурулган иш-чара.

Мындан тышкары, презентация анда камтылган маалыматтардын толук жана түшүнүктүү кабылданышы үчүн сюжетке, сценарийге жана түзүмгө ээ. Презентациянын интерактивдүүлүгү, башкача айтканда, маалымат пайдалануучулар үчүн башкаруу элементтери аркылуу өз ара иш алып барууга мүмкүнчүлүктүн түзүлүшү анын негизги айрымалоочу өзгөчөлүгүнөн болуп саналат.

8. Социалдык түйүндөрдү колдонуу.

Термин

Социалдык түйүндөр – бул баарлашуу, мамиле түптөп, аны жөнгө салуу үчүн колдонулган ыңгайлуу онлайн платформа.

2018-жылдын декабрында Эл аралык бирикме Интернетке 3,9 млрд адам же планета калкынын 51,2% чыгат деп жарыялады.

Анын ортосунда Тармакка кошулуу техникалык мүмкүнчүлүгү жердин басымдуу бөлүгүндө бар: 96% мобилдик байланыш аймагында жашайт, а компьютер өнүккөн өлкөлөрдө үй-бүлөлөрдүн 83% бар. Иштеген SIM-карталардын саны болсо планета калкынын санынан дагы ашты.

Региондордо негизги маалымат булагы – телеберүү (64%), интернет 26%. Шаарларда негизги маалымат булагы – телеберүү (44%), интернет 43%.

Ишенимдүү маалымат булангы катары берилген: телеберүү (63%), интернет (19%), радио (8%), ЖМК (5%), компютери барлар (28%), 68% интернетти пайдаланышат.

Бул маалыматтарга таянсак, мамлекеттик органдардын PR-бөлүмдөрү социалдык тармактардагы аудиторияга көңүл бөлүшү керек. Эгер соцтармактарда мамлекеттик органдын иши боюнча талкуу жүрүп жатса, эртеби-кечпи, ЖМК ага көңүл бурат, демек, ал жаңылык катары чыгып калат. Ошондой эле, SMM заманбап технологияларын жана ыкмаларын активдүү колдонуу керек. Булардын бардыгы ЖМК менен өз алдынча иштөөдө негизги жана четке кагылбай турган сунуштар. Универсалдуу шаблон жок, ар бир уюм уникалдуу, өзүнүн мүмкүнчүлүктөрү, эрежелери бар. Андыктан, бул макаламда муну айткым келет – заманбап мамлекеттик кызматкер дайыма коомдун агымы менен болуп, өз

ишмердүүлүгү тууралуу ачык-айкын, алмашып жаткан пикирлерге жана деги эле, дүйнөгө ылайыктуу айтып турушу керек.

9. Маалыматтардын ченемдик базасы.

- Кыргыз Республикасынын Конституциясы. Кыргыз Республикасынын Жарандык Кодекси, биринчи бөлүк;

- Кыргыз Республикасынын 2006-жылдын 28-декабрындагы

№ 213 “Кыргыз Республикасынын мамлекеттик органдарынын жана жергиликтүү өз алдынча башкаруу органдарынын тескөөсүндө турган маалыматтардан пайдалануу мүмкүнчүлүгү жөнүндө”;

- Кыргыз Республикасынын 1992-жылдын 7-июлундагы № 938-ХІІ “Жалпыга маалымдоо каражаттары жөнүндө” мыйзамы;
- Кыргыз Республикасынын 1997-жылдын 11-ноябрндагы № 88 “Журналисттин кесиптик ишин коргоо жөнүндө” мыйзамы;
- Кыргыз Республикыдын 2008-жылдын 2-июнундагы № 106 “Телеберүү жана радиоберүүлөр жөнүндө” мыйзамы.

