

# Коммуникационная стратегия

повышения осведомлённости всех заинтересованных сторон  
о реализации КБО ООН в Кыргызской Республике



## Оглавление

Вступление .....	4
Основные коммуникационные проблемы .....	8
Информационный аудит .....	8
Экспертная встреча.....	9
Анализ ситуации .....	11
SWOT-анализ .....	11
Стратегическая платформа .....	14
Стратегические рамки (Дерево целей и задач) .....	14
Стратегические цели и задачи .....	16
Пакет рекомендации .....	20
Усиление структурной единицы .....	20
Повышение качества материалов в СМИ .....	21
Ключевые тематические направления .....	22
Основные коммуникационные подходы .....	24
Целевые аудитории и каналы распространения .....	25
Рабочий план информационной компании (на 1 год) .....	28
Приложение 1 .....	30
Результаты экспертной встречи .....	30
Приложение 2.....	32
Основные каналы массовой коммуникации и целевые аудитории .....	32
Приложение 3.....	37
Матрица коммуникационного сопровождения.....	37
Приложение 4.....	46
Список СМИ .....	46

## Вступление

Проблемы землепользования, а также пути их решения достаточно полно изложены в ряде решений Правительства. Во избежание дублирования Секретариат КБО ООН рекомендовал при разработке Национального плана действий по активизации осуществления КБО ООН сконцентрироваться на мерах: а) повышения осведомлённости всех заинтересованных сторон о необходимости противодействия деградации земель и опустынивания, б) разработки рамок соответствующей политики, в) расширения научно-исследовательских знаний, г) увеличения потенциала и д) мобилизации финансовых и технологических ресурсов на осуществление КБО ООН.

К примеру, низкий уровень осведомлённости фермеров об ответственности за не надлежащее выполнение требований законодательства по рациональному использованию земельных ресурсов, местных органов власти и органов самоуправления – о последствиях невнимания к исполнению фермерами норм рационального использования земель, приводит к недооценке проблемы.

Важность повышения осведомленности пока осознается небольшим количеством лиц, принимающих решения и продвигается, и поддерживается небольшим количеством инициаторов, которые получают финансирование на повышение осведомленности и потенциала в УУЗР от международных организаций.

В связи с этим важным будет шаг по разработке Коммуникационной Стратегии (далее - КС) по повышению осведомленности и информированности всех заинтересованных сторон о реализации КБО ООН в Кыргызской Республике.

**Стратегическая задача КС** – повышение информированности партнеров, целевых сообществ и в целом общественности о проводимой работе, существующих проблемах в сфере борьбы с опустыниванием и необходимых усилиях для решения этих проблем, а также об успешных практиках в этой сфере.

## **Краткий обзор.**

Развитие информационных и коммуникационных технологий значительно расширило потенциал для реализации, как в целом, коммуникационной стратегии, так и каждой отдельной информационной кампании, предоставляя возможность донести информацию в необходимом объеме, до определенных групп стейкхолдеров, в наиболее удобном и понятном формате и по тем каналам, которые являются удобными для конкретной целевой аудитории.

Однако, проблема информационного обеспечения гражданского общества, государственных и негосударственных структур и широкой общественности (фермеров, землепользователей, животноводов, предпринимателей) в сфере опустынивания и деградации земель, в последнее время, становится все более актуальной. Прежде всего, речь идет о недостаточно интенсивной практике непосредственного информирования всех заинтересованных лиц и целевых аудиторий и эффективности информационных кампаний по данной проблематике. Это связано, с отсутствием качественных информационных материалов, неэффективным использованием каналов распространения и проблемами слабого взаимодействия со СМИ.

Настоящий документ представляет собой рабочую версию Коммуникационной Стратегии по повышению осведомлённости всех заинтересованных сторон о реализации КБО ООН в Кыргызской Республике, при подготовке которой были использованы стратегические и коммуникационные цели и задачи, рекомендации Секретариат КБО ООН, Национальный план действий (НПД) и рамки деятельности по активизации осуществления КБО ООН в Кыргызской Республике на период 2015-2020 годы.

Создание Коммуникационной Стратегии было обусловлено Задачей, определенной в НПД и сформулированной, как необходимость повысить осведомлённость как на уровне местных сообществ, местных государственных администраций и органов местного самоуправления, так и на уровне министерств, ведомств о причинах и последствиях деградации земель и мерах противодействия.

Основной целью создания стратегии является выстраивание диалога, осуществление двусторонней, непрерывной коммуникации, путем предоставления достоверной и необходимой информации заинтересованным сторонам. Коммуникационная стратегия является необходимым механизмом для институционализации процесса взаимоотношений и формирования системных подходов для эффективного повышения осведомленности всех заинтересованных сторон.

Базовой стратегической основой данного документа стала Национальная стратегия устойчивого развития Кыргызской Республики на период 2013-2017 годы (НСУР), в частности, Глава 5. ОХРАНА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ, опираясь на направления новой государственной политики в разделах «доступность и открытость экологической информации» и «участие

всех групп интересов в принятии решений по вопросам охраны окружающей среды и рационального природопользования как на национальном, так и на местном уровнях».

Кроме того, Глава 10. РАЗВИТИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ, раздел 10.1. Агропромышленный сектор, где, в частности, отмечается «Процессы деградации сельхозугодий в настоящее время представляют значительную угрозу продовольственной безопасности страны и переходят из разряда экологических в категорию угроз устойчивому развитию Кыргызстана».

Необходимо отметить, что реализация НСУР заканчивается в текущем, 2017 году. В данный момент идет подготовка проекта долгосрочной стратегии развития Кыргызской Республики на период до 2040 года. Кроме того, с целью построения открытого и прозрачного государства, повышения качества жизни граждан, а также улучшения условий для бизнеса в Кыргызской Республике запускается общенациональная программа цифровой трансформации «Таза Коом». «Таза Коом» является ключевым компонентом Стратегии устойчивого развития страны-2040, стратегии, основанной на человеческом капитале и инновациях, в гармонии с окружающей средой. С учетом того, что на экспертной встрече, где обсуждался драфт КС было высказано много предложений, связанных с разработкой и развитием баз данных по проблемам опустынивания деградации земель, а также модернизации веб-сайта МСХ, где, по мнению экспертов, в открытом доступе должна быть широко и качественно представлена информация и обеспечено интерактивное взаимодействие всех заинтересованных сторон, включая ответственных государственных лиц по вопросам реализации КБО, существует необходимость пересмотра и доработки данной стратегии с учетом основных направлений и поставленных задач вновь принятых стратегических государственных документов. при разработке КС приняты во внимание

Также в процессе разработки КС была изучена текущая ситуация, проведена идентификация сильных и слабых сторон, сформулированы рекомендации.

На основе Задачи, определенной в НПД, разработаны следующие стратегические цели трехлетней перспективы, которые определяют взаимодействие всех структурных подразделений с населением и целевыми группами:

- Стратегическая цель #1: Обеспечение максимального доступа граждан КР и заинтересованных сторон к информации о процессах опустынивания и деградации земель, а также информации о мерах предотвращения этих явлений
- Стратегическая цель #2: Создание системы вовлечения общественности в процесс принятия решений по рациональному землепользованию.
- Стратегическая цель #3: Усовершенствование взаимодействия со СМИ и информационными источниками и повышение потенциала журналистов в освещении проблем опустынивания и деградации земли.

Исходя из стратегических коммуникационных целей, составлен Рабочий план информационной компании, состоящий из конкретных активностей, которым исполнители будут руководствоваться в указанный период.

## Основные коммуникационные проблемы

### Информационный аудит

Как показал предварительный анализ (на основе результатов экспертного информационного аудита – кабинетное исследование), существуют определенные коммуникационные проблемы, препятствующие широкому информированию и качественному донесению информации всем целевым аудиториям по проблемам, связанным с процессами опустынивания и деградации земель. Как отмечается в Национальном плане действий (НПД) по осуществлению КБО ООН в Кыргызской Республике на 2015 – 2020 гг., наряду с такими проблемами, как отсутствие финансовых ресурсов, управленческих и научных знаний о фермерстве, именно низкий уровень осведомленности (что включает - информированность, передачу знаний, консультирование) об угрозе, масштабах и направлениях борьбы с деградацией и опустыниванием, в большинстве случаев, является одной из основных причин распространения этих негативных явлений на всех уровнях. Так, например, знаниями о культуре сельского хозяйства охвачены всего 10 -15% пользователей сельскохозяйственных и других природных ресурсов (НПД).

На начало реализации коммуникационной стратегии можно выделить следующие проблемы на уровне понимания и идентификации проблематики КБО ООН со стороны целевых аудиторий:

- трудности в понимании, как связаны все процессы, являющиеся следствием опустынивания и деградации земель, и как они уже сегодня проявляются на местном уровне, в связи с чем, неполная идентификация респондентами этих проблем как «своих»;
- слабое знание местного законодательства, регламентирующего ответственность за управление и устойчивое использование земли и, как следствие, отсутствие превентивных действий и планирования шагов по ликвидации последствий и предотвращению деградации земель, и опустыниванию;
- непонимание терминов, таких как, «опустынивание», «деградация земель», изменение климата», «устойчивое развитие» и др., а также того, каким образом эти явления имеют непосредственное отношение к жизни респондентов – как на локальном, так и на общегосударственном уровнях;
- отсутствие полной и регулярно обновляемой базы данных по таким направлениям, как:
  - состояние и качество земель и рекомендации по их использованию;
  - оперативные прогнозы о состоянии и качестве земель;
  - лучшие практики землепользования.

Одна из ключевых причин такой ситуации – низкая информированность целевой аудитории о теме опустынивания и деградации земель, в целом и нехватка информация по отдельным аспектам, в том числе, и по тем, которые выявлены на уровне понимания и идентификации проблематики КБО ООН.



Вторая ключевая причина: информационный продукт по теме «опустынивание и деградация земель» сегодня чаще всего рассчитан на очень узкую аудиторию – экспертов, лиц, принимающих решение, студентов, обучающихся по специальностям в профильных ВУЗах, связанные с различными аспектами данной проблемы. Уровень информационного продукта таков, что требует предварительной подготовки для понимания темы, что приводит к снижению (или даже - отсутствию) интереса или искаженному ее пониманию.

Этому же способствует и специфический, малопонятный и неинтересный язык изложения данной темы – наукообразный, сложный, не привязанный к интересам и потребностям широкой аудитории.

Еще одной причиной является традиционная ограниченность каналов распространения данной темы. В основном это – тематические публикации для экспертов, редкие публикации в СМИ, которые появляются не системно, а только по информационному поводу, сообщения в новостях, доклады государственных органов или неправительственных организаций и др.

#### Экспертная встреча

После подготовки рабочей версии Коммуникационной Стратегии состоялась рабочая встреча с участием сотрудников государственных ведомств, вовлеченных в реализацию КБО, экспертов, представителей научного сообщества, неправительственных организаций и СМИ, на которой состоялось детальное обсуждение представленного документа и выработаны рекомендации по его финализации.

Перед участниками встречи была поставлена задача дать комментарии по версии КС и сформулировать свои предложения по основным направлениям деятельности, а также приоритезировать целевую аудиторию КС.

В процессе фасилитации использовался метод Pinpoint (индивидуальная и групповая работа с мета-план картами). Это позволило в ограниченное время собрать, структурировать и приоритезировать мнения всех участников встречи.

Как показал анализ результатов рабочей встречи, комментарии участников практически подтвердили основные положения КС. В то же время при детализации проблематики удалось актуализировать и сформулировать рекомендации для ее доработки.

Участники рабочей встречи выделили 8 областей, которых, по их мнению, в первую очередь требуют приложения усилий для того, чтобы реализовать на практике Коммуникационную стратегию повышения осведомлённости всех заинтересованных сторон о реализации КБО ООН в Кыргызской Республике.

Приводим в порядке приоритезации – всего 7 направлений:

1. Совершенствовать сайт МСХ и обеспечить его качественную и бесперебойную работу по предоставлению информации всем заинтересованным лицам
2. Сформировать, разместить в открытом доступе для всех заинтересованных лиц Базы данных по проблемам КБО
3. Готовить, регулярно обновлять и разместить в открытом доступе для всех заинтересованных лиц профессиональный контент по проблемам КБО
4. Сформировать приоритетные каналы распространения информации по проблемам КБО
5. Интегрировать опыт информирования международных проектов в области
6. Усилить потенциал Госорганов в сфере распространения информации (в т.ч. – пресс-службы МСХ) и выстроить КОмстратегию в соответствии с стратегическими государственными документами
7. Повысить эффективность взаимодействия со СМИ

## Анализ ситуации

### SWOT-анализ

При подготовке раздела Комстратегии «Анализ ситуации» был использован SWOT – анализ и, в первую очередь, были затронуты вопросы эффективности коммуникаций, которые могут и должны выстроить процесс повышения осведомлённости всех заинтересованных сторон о реализации КБО ООН в Кыргызской Республике. В рамках кабинетного исследования был проведен анализ сильных и слабых сторон коммуникационной деятельности по проблемам опустынивания, а также имеющие возможности и препятствия (угрозы) во внешней среде.

#### *Сильные стороны:*

- Включение национальных интересов в международные процессы решения проблем опустынивания и деградации земель
- Проблема опустынивания и деградации земель актуализирована на всех уровнях – от национального до местных сообществ
- В данный момент идет подготовка проекта долгосрочной стратегии развития Кыргызской Республики на период до 2040 года.
- Запускается общенациональная программа цифровой трансформации «Таза Коом».
- Разработан НПД на период 2015-2020 годы
- Дружественные СМИ и сформированные каналы электронной коммуникации (социальные сети, сайты, рассылки, мессенджеры)
- Опытные кадры
- Лучшие практики по УУЗР и предотвращению деградации земель
- Экспертный потенциал
- Успешные примеры повышения информированности, в том числе, опыт таких организаций, как сельские консультационные службы (СКС), Центр образования, консультаций и инноваций (ЦОКИ), ОО «АгроЛид»

#### *Слабые стороны*

- Отсутствие скоординированной единой коммуникационной стратегии для продвижения проблем опустынивания и деградации земель
- Непроявленные зоны интересов всех заинтересованных сторон и не сформулированы подходы по взаимодействию с ними
- Отсутствие профессиональной структурной единицы, отвечающей за информирование, укомплектованной специалистами со сформулированными целями, задачами и прописанными функциональными обязанностями и формой мониторинга, оценки и отчетности

- Отсутствие удобного и эффективного ресурса в интернет (сайт, портал, присутствие в соцсетях), который позволит популяризовать информацию по проблемам опустынивания и деградации земель с учетом восприятия ЦА
- Отсутствие системы обратной связи (что не позволяет оценить эффективность коммуникаций)
- Отсутствие профессиональной и регулярно обновляемой Базы Данных, открытой для всех заинтересованных сторон
- Слабый и неинтересный для целевой аудитории контент в СМИ по проблемам опустынивания и деградации земель
- Отсутствие эффективной и взаимовыгодной коммуникация между участниками процесса
- Слабое использование новых коммуникационных технологий и возможностей новых медиа (интерактив, визуализация, мультимедиа, контент, формируемые посетителями, коммуникационные площадки мессенджеров (Телеграмм, Воцапп, Вайбер и др.)
- Отсутствие коммуникационного плана и бюджета, необходимого для его реализации (не позволяет в полной мере выполнить функции по внешним и внутренним коммуникациям).

Большинство из слабых сторон были учтены в процессе стратегического планирования и разработки Плана действий, что будет содействовать увеличению эффективности коммуникационного процесса.

#### *Возможности*

- Развитие современных информационных технологий (новые технологии позволяют ускорить процесс обратной связи с целевой аудиторией и снизить цену одного контакта) Профессиональный рост участников коммуникационного процесса (тренинги, семинары, обмен опытом на местном, национальном, региональном и международном уровнях)
- Новые мультимедийные и другие цифровые технологии для популяризации и продвижения проблем опустынивания и деградации земель
- Укрепление сотрудничества с заинтересованными сторонами (партнерские отношения сближают с целевой аудиторией, ускоряется процесс обмена информацией, формируется положительный имидж)
- Разработана Коммуникационная стратегия
- Потенциал развития отношений со СМИ
- Экспертный потенциал для повышения потенциала сотрудников СМИ в вопросах опустынивания и деградации земель
- Для экспертов актуализирована проблема создания и обновления базы данных по проблемам опустынивания и деградации земель
- Потенциал местных сообществ и институтов – АО, жайыт-комитеты, АВП и др. – для широкого распространения информации о деградации земель и опустынивания

- Есть реальная потребность для повышения информированности целевой аудитории, в том числе - информирование населения (землепользователи, фермеры, животноводы, предприниматели) по деградации и опустыниванию
- Есть интерес всех заинтересованных сторон для улучшения и развития эффективной и взаимовыгодной коммуникации между участниками процесса

#### Угрозы

- Изменение политической ситуации и смена руководства (изменения могут привести к кардинальному пересмотру стратегии)
- Отсутствие политической воли и государственной поддержки процесса информирования о реализации КБО в КР
- Негативная информация и медиа кризисы
- Неконструктивная критика
- Экономический кризис может привести к невыполнению или свертыванию реализации стратегии

В дальнейшем, по итогам экспертной встречи результаты SWOT – анализа были дополнены комментариями участников этой встрече, что усилило глубину исследования и, что наиболее важно, проявило новые возможности для реализации Комстратегии

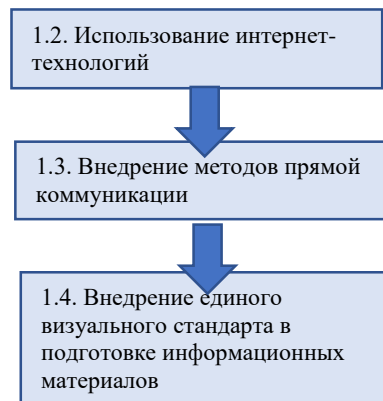
## Стратегическая платформа

Коммуникационная Стратегия по повышению осведомлённости всех заинтересованных сторон о реализации КБО ООН в Кыргызской Республике базируется на создании возможностей и формировании условий для постоянного и открытого диалога путем вовлечения общества и граждан в процесс принятия решений по проблемам опустынивания и деградации земель. В ходе работы над Стратегией были выработаны и сформулированы стратегические цели, задачи и коммуникационные проекты с планом активностей.

## Стратегические рамки

*(Дерево целей и задач)*





## Стратегические цели и задачи

На основании анализа и стратегического подхода разработаны следующие стратегические цели, которые определяют взаимодействие с целевой аудиторией: 1. Обеспечение максимального доступа граждан КР и заинтересованных сторон к информации о процессах опустынивания и деградации земель, а также информации о мерах предотвращения этих явлений действия; 2. Создание системы вовлечения общественности в процесс принятия решений по рациональному землепользованию; 3. Совершенствование взаимодействия со СМИ и информационными источниками и повышение потенциала журналистов в освещении проблем опустынивания и деградации земли

### *Стратегическая цель №1:*

Обеспечение максимального доступа граждан КР и заинтересованных сторон к информации процессах опустынивания и деградации земель, а также информации о мерах предотвращения этих явлений действия возможно путем выполнения четырех задач. В свою очередь, эти задачи можно реализовать через внедрение некоторых проектов.

Первая задача – это систематизация отношений со СМИ и проектами достижения этой задач являются следующие:

- Создание и обновление базы данных СМИ и журналистов (проект предполагает создание базы данных и системное обновление всех центральных и региональных СМИ и журналистов. Не требует дополнительных ресурсов)
- Постоянно действующий Пресс-центр и отчетные пресс-конференции по проблемам опустынивания и деградации земель (создание пресс-центра и конференц-зала с оформлением фона (задник), ежеквартальные отчетные пресс-конференции о деятельности)
- Стимулирование создание в СМИ постоянных рубрик по проблеме опустынивания и деградации земель, цикла радио и телепередач, записок колумнистов, блогеров и пр.
- Освоение языка новых медиа и предоставление информации в новом формате (инфографика, картирование, данные и пр.)

Второй задачей является использование интернет-технологий, для достижения которой нужно осуществить ниже перечисленные проекты:

- Создание официального сайта (усложнена навигация для пользователя, некорректная работа сайта. «Не хватает воздуха»)
- Создание и регулярное обновление Базы Данных по вопросам опустынивания и деградации земель и обеспечение доступа к ней всем заинтересованным сторонам
- Использование платформы социальных медиа (активное использование платформ Facebook, Linkd-in, Twitter, Youtube и др.)
- Использование коммуникационных площадок мессенджеров (Телеграмм, Воцапп, Вайбер и др.)
- Разработка мобильных приложений



Третья задача заключается во внедрении методов прямой коммуникации со следующими проектами ее реализации:

- Участие МСХиМ, органов местного самоуправления, АВП, пастбищных комитетов, лесхозов в совместных мероприятиях, процессах принятия решений по рациональному землепользованию
- Выездные публичные встречи в регионах (в рамках выездных встреч Директора ГКС с региональными подразделениями, проведение встреч с НПО, СМИ, экспертами, активом регионов)
- Презентация годового отчета и плана на следующий год (в марте каждого года открытая презентация годового отчета и плана для НПО, СМИ, экспертного сообщества).

И четвертая задача - внедрение единого визуального стандарта в подготовке информационных материалов, с конкретными проектами для её реализации:

- Разработка стандарта пресс-релиза, пост-релиза, пресс-анонса и др. документов пиар коммуникации
- Разработка бренд-бука (единая айдентика подготовки информационных материалов и повышения узнаваемости темы)
- Календарь по проблеме опустынивания и деградации земель (полноцветный календарь А1 для целевой аудитории: госслужащих, СМИ, НПО, местных сообществ и др.)
- Информационные брошюры, буклет, флайеры по проблемам, к датам, информационные и др.

#### *Стратегическая цель №2:*

Второй целью является создание системы вовлечения общественности в процесс принятия решения для повышения уровня информированности и доверия целевой аудитории. Для достижения этой цели необходимо выполнить две задачи.

Первая задача - использование диалоговых площадок с участием государственных органов всех уровней, гражданского общества, местных сообществ и проектами достижения этой задачи являются следующие:

- Использование социальных сетей и интернет-форумов для диалога с населением
- Круглые столы с НПО и экспертным сообществом
- Органам национального и местного управления и реализации политики на постоянной основе проводить, особенно в районах распространения деградации земель, мероприятия по пропаганде, информированию, просвещению в области борьбы с опустыниванием через местные, национальные средства массовой информации, IT-сети, мобильные приложения, встречи с общественностью и пр.

- Реализация пилотных проектов по организации сотрудничества местных природопользователей (фермеров, АВП, пастбищепользователей, лесхозов) на уровне водного бассейна и распространение результатов лучших практик.

Второй задачей является создание системы обратной связи, для достижения которой нужно осуществит ниже перечисленные проекты:

- Создание сервисов обратной связи на сайте
- Разработка и реализация регламента по сбору информации с помощью действующих инструментов (телефон доверия, фейсбук, общественная приемная, вопросы на сайте)
- Подготовка ежемесячного отчета по обратной связи.

#### *Стратегическая цель №3:*

Усовершенствование взаимодействия СМИ, экспертного сообщества и информационных источников и повышение их потенциала в освещении проблем опустынивания и деградации земли. Данная цель достигается путем выполнения трех задач.

Первая задача заключается в повышение потенциала журналистов по проблемам опустынивания и деградации земель и включает следующие проекты:

- «Медиа-школа» (системное обучение журналистов основам темы опустынивания и деградации земель)
- Организация и проведение медиатуров

Вторая задача - создание регулярной экспертной коммуникационной площадки – включает следующие проекты:

- Организация и проведение экспертных форумов, круглых столов, дискуссий с участием всех заинтересованных сторон
- Электронная рассылка
- Формирование и продвижение базы данных по теме опустынивания и деградации земель
- Формирование и продвижение базы знаний по теме опустынивания и деградации земель (международные и национальные источники)

Третья задача - индивидуальная поддержка специализации журналистов по проблемам опустынивания и деградации земель, и создание пула журналистов

- Ежегодный конкурс журналистских работ по темам, всесторонне раскрывающим проблематику опустынивания и деградации земель

- Организация и регулярное проведение пресс-клуба с участием СМИ, экспертов, государственных служащих, представителей местных сообществ (лучшие/худшие практики)

## Пакет рекомендации

Для своевременной и подобающей реализации данной стратегии, достижения стратегических целей и задач, а также для выработки конкретных инструментов коммуникации, выработан пакет рекомендаций по следующим специфическим направлениям внутренней и внешней коммуникации:

- По усилению структурной единицы
- По повышению качества материалов в СМИ
- По выработке ключевых тематических направлений

### Усиление структурной единицы

На данный момент в СМИ материалы по проблемам опустынивания и деградации земель появляются спонтанно, не имеют разнообразного фокуса и полного всестороннего освещения всего спектра проблем с акцентом на интересы целевой аудитории. Все это, во многом, из-за того, что не сформирована структура и не определены ответственные лица, которые бы занимали проактивную позицию в информировании и повышении осведомленности широкой общественности и на профессиональной основе продвигали данную тематику. В связи с этим предлагается единый подход и пакет рекомендаций для усиления структурной единицы, ответственной за связь с общественностью и развитие координации коммуникационной деятельности.

Для полноценной реализации Коммуникационной стратегии необходимо усилить пиар-службу госведомства, отвечающего за реализацию КБО ООН (в данном случае – пресс-службу МСХ) и **сформировать на ее базе Сектор по связям с общественностью**. Предлагается, что новая структурная единица будет состоять из трех сотрудников, в числе:

1. Заведующий сектором - вместе с руководящими обязанностями будет исполнять функцию пресс-секретаря,
2. Ведущий специалист - будет управлять интернет коммуникациями и отношениями со СМИ,
3. Специалист - функции Фотографа-дизайнера и менеджера по мероприятиям.

Конкретные задачи и функции сотрудников Сектора по связям с общественностью будут прописаны в должностных регламентах, а сектор будет управлять следующими направлениями коммуникаций:

- Управление системой создания новостей
- Отношения со СМИ и проведение медиа-мероприятий
- Организация публичных встреч и управление прямой коммуникацией

- Обновление сайта и использование социальных сетей
- Подготовка и распространение информационных материалов, в том числе, на основе мультимедийных сервисов
- Управление коммуникационными кризисами
- Оценка и мониторинг коммуникационной деятельности

Заведующий и сотрудники Сектором по связям с общественностью должны принимать участие в процессе принятия решений по направлениям выработки общего плана мероприятий, бюджетирования, организации выездных мероприятия и разработки новых проектов, с помощью участия в совещаниях, ознакомлении с проектами и вовлечения в мероприятия.

Сотрудники сектора будут отчитываться перед непосредственным начальством в форме еженедельного отчета, где будет прописана проделанная работа за неделю и план мероприятий на следующую неделю. В свою очередь Заведующий сектором по связям с общественностью будет готовить ежемесячные отчеты сектора, с количественными показателями, анализом проделанной работы и рекомендациями на будущее.

Не менее важным для выполнения данной Коммуникационной стратегии является создание и регулярное обновление единой базы данных. Тем более, что на экспертной рабочей встрече, которая прошла с участием всех заинтересованных сторон, эта задача по приоритетности занимает второе место.

#### Повышение качества материалов в СМИ

В рамках кабинетного исследования был выполнен мониторинг темы опустынивания и деградации земель в информационном поле. Выявленные точки роста и приложения усилий были сформулированы в виде выводов и рекомендаций:

- Публикации в СМИ по проблемам опустынивания и деградации земель не вызывают явного интереса аудитории изданий, так как не представляют собой образцы высокого качества работы журналиста и не учитывают интересы самой целевой аудитории.
- Среди причин, снижающих качество материалов в СМИ на эту тему: некомпетентность, недостоверность, негативная подача, односторонность (а в отдельных случаях и ангажированность) авторов публикаций;
- Одним из решений данной проблемы может стать налаживание профессиональных связей и регулярного, обоюдовыгодного взаимодействия журналистов с носителями этой специфической информации – экспертами, представителями госведомств, НПО, международных организаций. Проект коммуникационной стратегии можно рассматривать как возможность формирования такой площадки для многостороннего взаимодействия заинтересованных участников и игроков, с одной стороны, СМИ – с другой и широкой аудитории, с третьей.

- Экологическая информация специфическая и работа с ней требует определенных навыков и знаний (например, понимание, интерпретация и распространение многочисленных цифровых данных), что может стать действенным направлением усилий проекта в области дата-журналистики. Важно собирать и систематизировать данные (готовить дата-сеты) по проблемам опустынивания и деградации земель и наладить их регулярное распространение среди журналистов.
- Необходимо повышать статус и востребованность обществом экологической информации, что можно сделать, в первую очередь, содействуя увеличению количества качественной информации в СМИ на экологическую тему (достоверность, компетентная и многосторонняя подача и др.), а также удовлетворяя конкретные интересы узкой целевой аудитории и профессионального подхода к выбору каналов продвижения
- Материалы по проблемам опустынивания и деградации земель могут быть поданы в разных простых и интересных форматах, например - визуализированы, что облегчит восприятие и понимание сложных тем – через создание инфографики, слайд-шоу, использование карт и других способов визуализации.

#### Ключевые тематические направления

В рамках Коммуникационной стратегии необходимо реализовать два основных тематических направления:

- Тематическое направление 1: Информирование о причинах и последствиях опустынивания и деградации земель и роли человека в этих процессах, а также информация о мерах предотвращения этих явлений.
- Тематическое направление 2: Информирование всех, кто вовлечен в процесс управления природными ресурсами (сельские товаропроизводители, АВП, пастбищепользователи, лесхозы) о бассейновом подходе и лучших практиках устойчивого использования земельно-водных ресурсов.

В рамках этих направлений рекомендованы следующие темы:

- Устойчивое управление земельными ресурсами: ответственность государства – действия землепользователей
- Кто несет ответственность за неисполнение законодательства по рациональному использованию земельных ресурсов и какие будут последствия?
- Общинное управление земельными ресурсами и другие формы сотрудничества землепользователей
- Базы данных о состоянии земель
- Что является причиной опустынивания и какую роль в этом процессе играет человек и его деятельность?
- Как остановить деградацию земли: предупредить дешевле, чем восстановить

- Лучшие практики устойчивого управления земельными ресурсами и предотвращения деградации земель
- Бассейновый подход в практиках управления земельными ресурсами
- Ликбез: как измерить состояние почвы, как обработать и обогатить почву, как сделать земледельческий бизнес устойчивым и экономически выгодным, основы полеводства, новые технологии орошения и др.

## Основные коммуникационные подходы

Информационная компания, поддерживающая продвижение национальных действий по реализации КБО ООН в Кыргызской Республике и повышение информированности целевых аудиторий по данной проблематике предлагается реализовать на базе 3-х подходов:

- Выстраивание коммуникации на основе диалога, для чего:
  - использовать для продвижения каналы социальных сетей;
  - разработать и использовать мобильные приложения для практического применения землепользователей на основе их информационных потребностей;
  - использовать модели двусторонней (интерактивной) коммуникации, т.е., предполагающие получение обратной связи от респондентов (прямые мероприятия, дискуссии в чатах и на форумах, вопросы к экспертам, онлайн опросы и т.д.);
- Визуализация информации (инфографика, анимация, картография и др.);
- Использование простого и понятного для целевой аудитории языка, для чего необходимо задействовать такие приемы:
  - сторителлинг (истории землепользователей о лучших/худших практиках);
  - «герои решают проблемы» - информация не от официальных лиц, а от простых людей;
  - «просто о сложном» – переводить основные месседжи с профессионального на «человеческий» язык (не использовать профессиональную лексику, термины, сложные речевые конструкции и т.д.)

Эти три подхода работают на достижение стратегических целей Комстратегии, так как позволяют реализовать задачу доступности и понятности информации по проблемам опустынивания и деградации земель для широкой аудитории.



## Целевые аудитории и каналы распространения

Несомненно, сегодня именно развитие и информирование конкретного отдельного землепользователя, для которого, с одной стороны, земля является единственным источником обеспечения жизни, с другой – он воспринимает ее как потребитель, не готовый нести ответственность за негативные изменения, является ключевым в решении проблем, связанных с опустыниванием и деградацией земель.

Как показывает анализ и результаты рабочей встречи группы экспертов, информирования именно на этом уровне недостаточно, что уже оказывает негативное воздействие на устойчивый экономический рост и развитие государства, в целом. Поэтому целевой аудиторией Комстратегии являются, в первую очередь, те субъекты экономической, социальной и общественной жизни, которые принимают непосредственное или активное участие в эксплуатации земельных ресурсов и как результат - формировании устойчивого развития в Кыргызской Республике.

В то же время, сегодня в Кыргызстане СМИ по-прежнему являются основными каналами передачи информации широкой аудитории и могут сыграть активную роль в предотвращении негативного воздействия на земельные ресурсы, приводящего к деградации и опустыниванию, а также распространения актуальной информации, необходимой для эффективного управления земельными ресурсами, распространения лучшими практиками и обмена опытом.

По результатам рабочей экспертной встречи были определены следующие целевые аудитории и сформулирована их приоритетная последовательность (путем голосования экспертов):

- широкая общественность, в том числе землепользователи, фермеры, животноводы, предприниматели – 18 пунктов
- сотрудники СМИ, блогеры, колумнисты и др. - 12 пунктов
- лица, принимающие решения, как на центральном, так и на местном уровнях, в том числе - представители местных госадминистраций, ОМСУ - 8 пунктов
- экспертное сообщество - 8 пунктов
- сотрудники неправительственных организаций, в том числе, занимающиеся защитой уязвимых категорий (ЛОВЗ, молодежь, женщины и др.) - 4 пунктов
- представители бизнес-среды, в том числе, бизнес-ассоциации - 3 пунктов

Таким образом из сформулированного списка целевых аудитории можно выделить три ключевых пункта, сформулированных по результатам экспертной оценки, на которые и должны быть направлены основные усилия в процессе реализации КС. Это:

1. широкая общественность, в том числе землепользователи, фермеры, животноводы, предприниматели – 18 пунктов
2. сотрудники СМИ, блогеры, колумнисты и др. - 12 пунктов
3. лица, принимающие решения, как на центральном и экспертное сообщество – 2 пункта, как набравшие одинаковое число голосов

Для передачи информации предлагаются следующие каналы распространения:

- традиционные СМИ (печатные издания – газеты, журналы; радио, телевидение) с национальным республиканским охватом;
- традиционные СМИ (печатные издания – газеты, журналы; радио, телевидение) с региональным охватом;
- интернет-площадки и социальные сети: Фейсбук, Инстаграмм, Твиттер
- прямые мероприятия – пресс-конференции, пресс-клубы, презентации, фотовыставки, бизнес-завтраки и др.
- мобильные платформы – приложения для смартфонов

Для каждой целевой аудитории можно выделить наиболее эффективные каналы коммуникации, по которым планомерно доставлять информацию по вопросам опустынивания и деградации земель.

#### **Приоритезация целевых аудиторий в отношении каналов коммуникации**

<i>№</i>	<i>Целевая аудитория</i>	<i>Каналы коммуникации</i>
1.	• широкая общественность	<ul style="list-style-type: none"> <li>• интернет-площадки и социальные сети</li> <li>• традиционные СМИ (республиканские и местные)</li> </ul>
2.	• сотрудники СМИ, блогеры, колумнисты и др.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• интернет-площадки и социальные сети</li> <li>• прямые мероприятия</li> </ul>
3.	• лица, принимающие решения	<ul style="list-style-type: none"> <li>• традиционные СМИ (республиканские и местные)</li> <li>• прямые мероприятия</li> </ul>
4.	• экспертное сообщество	<ul style="list-style-type: none"> <li>• интернет-площадки и социальные сети</li> <li>• прямые мероприятия</li> </ul>
5.	• сотрудники неправительственных организаций	<ul style="list-style-type: none"> <li>• интернет-площадки и социальные сети</li> <li>• прямые мероприятия</li> <li>• традиционные СМИ</li> </ul>

		(республиканские и местные)
б.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• представители бизнес-среды, в том числе, бизнес-ассоциации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• интернет-площадки и социальные сети</li> <li>• прямые мероприятия</li> </ul>

Рабочий план информационной компании (на 1 год)

№	Деятельность	Кол-во	Период	Ресурсы
1.	Публикации в печатных СМИ (центральные)	12	1 раз в месяц	
2.	Публикации в печатных СМИ (региональные)	4х6 областей=24	1 раз в квартал	
3.	Публикация в тематической газете (Айыл-Деми – тематическая полоса)	4	1 раз в квартал	
3.	Публикации в онлайн СМИ	12	1 раз в месяц	
4.	Тематическая передача на телевидении (ОТРК)	4	1 раз в квартал	
5.	Тематическая передача на радио (ОТРК)	4	1 раз в квартал	
6.	Тематическая передача на радио (Ассоциация общинных радио)	12	1 раз в месяц	
7.	Официальный сайт		Регулярное обновление	
8.	Истории успеха (на официальном сайте, в СМИ)	12	1 раз в месяц	

<b>Печатные публикации</b>				
9.	Методики оценки состояния земли фермеров	3	1 раз в год	
10.	Дайджест новостей по вопросам опустынивания и деградации земли	4	1 раз в квартал	
<b>SMM</b>				
11.	Продвижение на страницах в социальных сетях	Фейсбук	Обновление 1 раз в день	
12.	Продвижение в мессенджерах (группа)	WhatsApp	Регулярное обновление	
<b>Прямые мероприятия</b>				
13.	Тематический пресс-клуб (СМИ+эксперты)	4	1 раз в квартал	
14.	Пресс-конференции	12	1 раз в месяц	
15.	Пресс-туры	2	1 раз в 6 месяцев	
16.	Круглые столы	4	1 раз в квартал	

## Приложение 1

### Результаты экспертной встречи

Рекомендации экспертов по деятельности, которая будет способствовать повышению информированности всех заинтересованных сторон по вопросам опустынивания и деградации земли

#### 1. Сайт МСХ – 9 пунктов

- a. Популяризовать информацию на сайте с учетом восприятия ЦА
- b. Показать на сайте состояние пастбищ с помощью ГИС-технологий
- c. Провести работы по модернизации сайта МСХ и предусмотреть на нем файлообменник
- d. Разработать и распространять через сайт информации о сельхозкультурам по регионам
- e. Предоставлять на сайте агрометеопрогнозы по разным регионам
- f. Создать собственный файлообменник с удобной структурой
- g. Организовать на сайте интерактивную площадку по взаимодействию с госорганами по вопросам КБО
- h. На сайте библиотека с публикациями и подборкой полезных ссылок
- i. На сайте сделать возможность обратной связи с фермерами, ПК, АВП, АО

#### 2. Базы данных - 8 пунктов

- a. Создание четкого списка источников по деградации и опустыниванию: кадастры, формы отчетности, учета и оценки
- b. Включить в базу данных информацию об использовании минеральных удобрений
- c. Сотрудничество с ИИГС по результатам исследования о нехватке воды
- d. В стратегии актуализировать проблему по созданию и обновлению базы данных по направлениям
- e. Конкретизировать данные о качестве и продуктивности земель для фермеров
- f. Необходимо обеспечить доступность существующих национальных данных об индикаторах деградации земель
- g. Картирование засушливых земель, а также, в дальнейшем, идентификации угроз
- h. Рассмотреть возможность использования (доступа) спутниковых данных (ГИС)

#### 3. Контент - 5 пунктов

- a. Обучение фермеров методикам оценки состояния земли
- b. Распространять лучшие практики
- c. Недостаточное информирование населения по деградации и опустыниванию
- d. Где фермер может получить информацию о состоянии пастбища, пашни?

- е. Материалы по результатам научно-практических конференции с привлечение научных учреждений республики 1 раз в год
- 4. Каналы распространения - 4 пунктов
  - а. Распространять информацию о КБО через местные сообщества – АО, жайыт-комитеты и др.
  - б. Ресурсному центру взять на себя роль в продвижении Банка данных
  - с. Помимо информационных технологий использовать «бумажные» (, газеты и журналы, публикации, буклеты, методические материалы и др.) и распространять, в первую очередь, среди крупных землепользователей и наиболее уязвимых категорий.
  - д. Для распространения информации тесно взаимодействовать в режиме реального времени с органами МСУ
- 5. Международные проекты – 3 пунктов
  - а. Интегрировать коммуникационные подходы и приемы проектов, работающих в области УУЗР
  - б. Скооперировать информационные потоки с другими проектами по экологическим конвенциям в КР
  - с. Аккумулировать наработанные разных проектов по деградации пастбищ и других земель
- 6. Госорганы - 3 пунктов
  - а. Усиление пресс-службы МСХ, помощь в освоении новых технологий
  - б. Интегрируется ли стратегия с государственными стратегическими документами
  - с. К стратегии разработать и утвердить план действий, увязанный с рабочими планами информкампаний
- 7. Взаимодействие со СМИ - 3 пунктов
  - а. По результатам КБО проводить отчетные встречи со СМИ (пресс-конференции и др.)
  - б. Поддерживать производство в СМИ материалов на кыргызском языке по проблемам КБО
  - с. Повышать потенциал журналистов по проблемам КБО

## Приложение 2

### Основные каналы массовой коммуникации и целевые аудитории

#### Обзор каналов массовых коммуникаций

Среди каналов коммуникации важнейшую роль в жизни современного общества играют средства массовой информации (СМИ). В Кыргызской Республике они являются основным каналом информационного обеспечения граждан. Можно выделить 3 основные функции, которые выполняют СМИ сегодня: информирование, развлечение и интеграция общества. Кроме того, по-прежнему СМИ оказывают влияние на формирование идеологии и общественного мнения.

Согласно последним исследованиям, сегодня в Кыргызской Республике лидирующим каналом информации является телевидение («Исследование поведения и восприятия медиа аудитории 2016 г. (7-я волна)», Исследовательско-консалтинговая компания «М-Vector»). Оно намного превосходит другие источники коммуникаций: уровень проникновения телевидения в 2016 году составил 97,3% населения республики, в возрасте от 14 лет и старше. (Для сравнения, количество радиослушателей – 62,7%, доля читателей газет – 50%). Популярность данного канала коммуникации объясняется не только бесплатностью в доступе к телевизионным каналам и передачам, но и с большей информативностью и техническими возможностями.

Любимый тип телепрограмм (7-я волна):

Новости - 45%
Музыкальное видео - 13%
Художественные фильмы – 9%
Ток-Шоу - 7%
Спортивные программы – 6%

В целом, по Кыргызстану рейтинг телеканалов такой: телеканал ОТРК занял 1-ое место по Кыргызстану. Доля активной аудитории (ADR) составила 30%, доля недельной составила около 49% (AWR). На 2 месте 1ОРТ, 3 – ЭлТР, 4 – НТС, 5 – Россия РТР.

В Бишкеке картина другая: 1 - 1ОРТ, 2 – ОТРК, 3- Россия РТР, 4 – ТНТ-Азия, 5 – 5 канал.

В Оше: 1 - ОШТВ, 2 – ОТРК, 3- ЭлТР, 4 – 1ОРТ, 5 – Ынтымак.



Среднее время теле просмотра в сутки 1 телезрителя (вне зависимости от телеканала) увеличилось и составляет в 2016 году 4 ч 05,0 мин. Что касается онлайн коммуникаций, то согласно исследования (7-я волна), 53% населения Кыргызстана старше 14 лет пользуются интернетом. Из них каждый день бывают в интернете 72%. Среди всех пользователей сети Интернет, 77% респондентов чаще всего говорят дома на кыргызском языке, а 14% на русском. Также среди пользователей сети Интернет 81% респондентов пользуются социальными сетями. И для 84% пользователей источником доступа к Интернету является телефон. И очень важный факт, иллюстрирующий степень проникновения мобильного интернета на селе: почти все сельские жители, пользующиеся интернетом (92%), назвали источником доступа – телефон.

По данным этого же исследования (7-я волна), 5 самых популярных в Кыргызстане Соцсетей: Одноклассники - 74%, Инстаграм = 24%, WhatsApp - 22%, Фейсбук - 17% и В контакте - 8%.

В рамках исследования, проведенного консалтинговой компанией «Эль Пикир», второй по популярности источник информации у населения – межличностная коммуникация – друзья, семья. В сравнении с телевидением, другие каналы массовой информации занимают более скромные позиции: на третьем месте газеты и журналы, на четвертой позиции радио. Интернет, в основном, обслуживает интересы специализированных групп населения (например, молодежи). В основном пользователями глобальной сети являются жители города Бишкек и города Ош.

#### *Уровень использования источников информации, Кыргызстан (%)*

Телевидение - 98,5 %  
Друзья, семья - 52,3 %  
Газеты и журналы - 44,4 %  
Радио - 41,5 %  
Интернет - 28,3 %

В общественном мнении и сознании населения Кыргызской Республики телевидение остается не только лидирующим каналом ежедневной оперативной информации о событиях в стране и мире, но и одним из важнейших источников коммуникации, предоставляющим наиболее надежную информацию. Первым источником информации телевидение назвали 89,5% респондентов, показатель важности составил - 87%, надежности - 86,2%.

Рассматривая показатель надежности различных видов СМИ в разрезе возраста, можно отметить, что чем старше возраст респондента, тем больше доверие телевидению. Интернет среди молодого поколения является более надежным источником информации, чем радио, газеты и журналы. Представители возрастной категории от 55 лет и старше помимо телевидения склонны доверять такому источнику информации, как радио.

Несмотря на то, что Интернет замыкает пятерку основных источников информации, стоит рассмотреть его отдельно, так как эта коммуникационная площадка развивается стремительно и ежедневно показывает потенциал охвата все большей части аудитории. И в этом сегменте наиболее эффективным каналом продвижения становятся так называемые Социальные медиа – или Социальные сети.

По результатам экспертного опроса в поведении и характеристиках интернет-аудитории Кыргызстана можно выделить следующие тенденции:

Самая большая по охвату пользователей из Киргизии – российская социальная сеть **ВКонтакте** (1200 000 пользователей).

**Мой Мир (mail.ru)** - большое количество посетителей из Кыргызстана, но, в основном, за счет мейл-агента (сервис для онлайн общения), популярный, в основном, у школьников и у аудитории в возрасте до 20-25 лет.

Почти с таким-же результатом, но **на втором месте - «Одноклассники»**: соцсеть для тех, у кого есть одноклассники, однокурсники, сослуживцы, односельчане, однофамильцы и пр., т.е. - от 18 до 60 и выше. Цель посещения, интересы целевой аудитории: встречаются, общаются, играют в игры. Там же много бизнесменов мелких и средних, пытающихся продвигать свой товар или услуги.

**На 3 месте – Фейсбук**, 154 тысячи человек из Кыргызстана. Самая активная часть от 18 до 40 лет. Это «белая кость Интернета», студенты, креаклы, активисты (НПОшники, журналисты, пиарщики, правозащитники и пр.) и офисные работники. Самая активная и платежеспособная аудитория.

**Твиттер - особо не прижился**, но некоторая активность есть, ориентировочно 10 тысяч пользователей из Кыргызстана, в основном молодежь.

**Среди Кыргызстанских ресурсов** – Соцсеть Намба - очень эффективна в случае продвижения информации и услуг для молодежи.

**Среди СМИ** – интернет-редакция газеты «Вечерний Бишкек» - отличный пример продвижения и популярности в Интернете.

**Из видеохостингов**: на первом месте – YouTube; из местных - хостинги belive и namba.

***Успешная практика продвижения в Интернете:*** проект «СтритФест» (2012 г., донор – посольство Японии). На мероприятие приглашали только через соц.сети - пришло 15 тысяч, особенность: почти не было маргинальных элементов. Японцы остались довольны.

Рейтинг посещаемости Интернет-ресурсов в «Зоне-kg» - по ссылке <http://www.net.kg/>

Также информацию о посещаемости интернет-ресурсов предоставляет сервис <http://webomer.ru/cgi-bin/wr.fcgi>



### Приложение 3

#### Матрица коммуникационного сопровождения

<b>Целевая аудитория</b>	<b>Тематический ряд (содержание)</b>	<b>Группа коммуникаций (канал распространения информации)</b>	<b>Инструментарий (публикации: интервью, очерки, статьи, телепрограммы: информационные, аналитические, развлекательные и др.)</b>	<b>Исполнители</b>

<b>Лица, принимающие решения (Жогорку Кенеш, Правительство КР, МСХиМ)</b>	<p>-Ценность земельных ресурсов и экосистемных услуг, и их роль в экономической и продовольственной безопасности страны,</p> <p>- Традиционные знания и технологии</p> <p>-Конвенция об опустынивании и деградации земель</p> <p>- Законодательство международное и национальное</p> <p>-Разработка мер по предотвращению опустынивания и деградации земель</p> <p>-Как минимизировать вред опустыниванию и деградации земель</p> <p>-Какие госструктуры курируют вопросы опустынивания и деградации земель, их функции</p> <p>-Роль депутатов в лоббировании законотворчества по теме опустынивания и деградации земель</p> <p>-В какой помощи нуждаются госструктуры</p> <p>- Как реализуется НПД на 2014-2020 гг.</p>	<p><b>Массовые коммуникации</b></p> <p><b>ТВ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Чуй обл. -Эхо Манаса, НТВ, НТС,НБТ, Россия 24, ОРТ, РТР, КТР, ЭлТР, 5 канал</li> <li>• Иссык-Куль обл - Иссык-куль ТВ,НТВ, ОРТ, КТР, Манас, 5 канал</li> <li>• Ош обл. – Ынтымак, Ош ТВ, ЭлТР, КТР, ОРТ, РТР, НТС</li> <li>• Джалал-Абад обл. - Ынтымак, КТР, ЖТР, 7 канал, Ош ТВ, ОРТ, РТР</li> <li>• Баткенская обл – Ынтымак, ОРТ, ЭлТР, ОТРК, НТС, РТР, НТВ</li> <li>• </li> </ul> <p><b>Газеты (акцент на госнац газеты)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Чуй обл – Вечерний Бишкек, Местные газеты. РИО, Аргументы и факты</li> <li>• Иссык-Куль обл – Вести Иссык-Куля</li> <li>• Ош обл – Кыргызтуусу , Эмгек майданы, Ош жанырыгы, Дело №, Ош шамы, Супер Инфо, Алиби</li> <li>• Джалал-Абад обл – Замандаш, районные газеты, Кызыл-туусу, Хабар, Вечерний Бишкек, Аалам</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Публикации: интервью, очерки, статьи</li> <li>• Раздаточный материал</li> <li>• Кейсы (примеры практик)</li> <li>• Наглядные пособия (видео, итд)</li> <li>• Создание и развитие интерактивного интернет-ресурса по сохранению земельных ресурсов с возможностью онлайн консультаций, электронные рассылки</li> <li>• Тренинги для госслужащих</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ЖК, Местные Кенешы</li> <li>• Международные проекты по опустыниванию и деградации земель</li> <li>• МСХиМ</li> <li>• СМИ</li> <li>• НПО</li> <li>• Бизнес Ассоциации</li> </ul>
---	--	--	--	--

<p><b>Организации и лица, вовлеченные в процессы опустынивания и деградации земель (НАН КР, министерства и ведомства КР, научные учреждения, учреждения образования, местные государственные администрации и органы МСУ, местные сообщества, ассоциации землепользователей)</b></p>	<p>-Ценность земельных ресурсов и экосистемных услуг, и их роль в экономической и продовольственной безопасности страны,          - Традиционные знания и технологии          - Особенности земельных ресурсов Кыргызской Республики          -Какой вред наносит человек земельным ресурсам          -Как сохранить земельные ресурсы          -Законодательство, которое поможет сохранить земельные ресурсы          - Что уже делается для сохранения земельных ресурсов          - Методы мониторинга и распространения информации о сохранении земельных ресурсов          - Роль каждой группы в лоббировании законодательства по сохранению земельных ресурсов          - Как реализуется НПД на 2014-2020 гг.</p>	<p><b>Межличностные коммуникации:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Личные встречи</li> <li>• Семинары с целевыми группами (НПО, СМИ, активисты итд)</li> <li>• Круглые столы (дискуссионные обсуждения)</li> <li>• Информационные стенды в местах общего доступа</li> <li>• Распространение информационных продуктов</li> <li>• Туры по объектам биоразнообразия (ООПТ)</li> </ul> <p><b>Массовые коммуникации</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Он-лайн ресурс на тему сохранения биоразнообразия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Информационные буклеты, листовки, плакаты-инфографика, другое</li> <li>• Учебный модуль,</li> <li>• Раздаточный материал</li> <li>• Кейсы (примеры практик)</li> <li>• Наглядные пособия (видео, и т.д.)</li> <li>• Тренинги для представителей НПО и МСУ</li> <li>• Создание и развитие интерактивного интернет-ресурса по сохранению земельных ресурсов с возможностью онлайн консультаций, электронные рассылки</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Правительство</li> <li>• МСХиМ</li> <li>• Проекты по проблемам опустынивания и деградации земель</li> <li>• МСУ</li> <li>• НПО</li> </ul>
---	--	--	--	--

<p><b>Гражданское общество (ассоциации предприятий, перерабатывающих продукты земледелия, общественные организации, бизнес)</b></p>	<p>- Информированность о проблемах сохранения земельных ресурсов          - Кто и что уже делает в этой сфере (меры по предотвращению и сохранению)          -Ценность земельных ресурсов и экосистемных услуг          - Традиционные знания и технологии: практическое применение          -Конвенция об опустынивании и деградации земель          - Законодательство международное и национальное          -Как минимизировать вред для земельных ресурсов          -Какие госструктуры курируют вопросы сохранения земельных ресурсов          -Как гражданское общество может участвовать в сохранении земельных ресурсов          -Какая ответственность предусмотрена за вред, нанесенный земельным ресурсам          -Как узнать приносит</p>	<p><b>Массовые коммуникации</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Информационные агентства</li> <li>• Электронные СМИ</li> <li>• Он-лайн ресурс на тему сохранения биоразнообразия</li> </ul> <p><b>Газеты:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Бишкек</i> – Вечерний Бишкек, Супер-инфо, Дело№, Агым, Фабула, Комсомольская правда</li> <li>• <i>Чуй обл</i> – Вечерний Бишкек, Супер-инфо, Дело№, Мой город, Слово Кыргызстана</li> <li>• <i>Иссык-Куль обл</i> – Супер-инфо, Вести Иссык-Куля, Аргументы и факты, Асаба, Эркин-Тоо, Талас турмушу</li> <li>• <i>Таласская обл</i> – Супер-инфо, Талас турмушу, Асаба, Эркин-Тоо, Аалам</li> <li>• <i>Нарынская обл</i> – Супер-Инфо, Аалам, Эмгек-Туусу, Фабула,</li> <li>• <i>Ош обл</i> – Супер Инфо, Аалам, Эркин-Тоо, Ош-Парк, Тамчи, Ош зоо</li> <li>• <i>Джалал-Абад обл</i> – Супер-инфо, Эркин-Тоо, Аалам, Агым, Дело №, Джалалабад шамы, Вечерний Бишкек</li> <li>• <i>Баткенская обл</i> – Баткен топы, Кызыл туу, Орунзар, Супер-инфо, Эркин-Тоо, Слово Кыргызстана, Кыргыз Туусу</li> </ul> <p><b>Межличностные коммуникации:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Семинары с целевыми группами</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Информационные буклеты, листовки, плакаты-инфографика, другое</li> <li>• Раздаточный материал</li> <li>• Кейсы (примеры практик)</li> <li>• Наглядные пособия (видео, итд)</li> <li>• СММ-инструменты</li> <li>• Публикации: интервью, очерки, статьи</li> <li>• Семинары тематические</li> <li>• Тренинги, обучающие курсы</li> <li>• Создание и развитие интерактивного интернет-ресурса по сохранению земельных ресурсов с возможностью онлайн консультаций, электронные рассылки</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Правительство</li> <li>• ГАООС ЛХ</li> <li>• Проекты по предотвращению опустынивания и деградации земель</li> <li>• СМИ</li> <li>• НПО</li> <li>• Эксперты</li> <li>• Бизнес Ассоциации</li> </ul>
---	--	--	--	---



<p><b>Население: молодежь (старшие школьники, студенты, работающая молодежь)</b></p>	<p>-Что такое опустынивание и деградация земель</p> <p>- Что такое экосистемные услуги</p> <p>- Особенности земельных ресурсов Кыргызской Республики</p> <p>-Какой вред наносит человек земельным ресурсам</p> <p>-Как сохранить земельные ресурсы и какой вклад в это может внести каждый человек</p> <p>-Законодательство, которое поможет сохранить земельные ресурсы</p> <p>-Как узнать приносит ли вред земельным ресурсам близ лежащие предприятия.</p> <p>- Методы мониторинга и распространения информации о сохранении земельных ресурсов</p> <p>- Что уже делается для сохранения земельных ресурсов</p> <p>-Как молодежь может участвовать в сохранении земельных ресурсов</p>	<p><b>Массовые коммуникации</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Информационные агентства</li> <li>• Социальные сети</li> <li>• Форумы</li> <li>• Электронные СМИ</li> <li>• Он-лайн ресурс на тему сохранения биоразнообразия</li> </ul> <p><b>Межличностные коммуникации:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Распространение информационных буклетов (листовок, плакатов-инфографика)</li> <li>• Проведение акций (при поддержке экологических НПО) для молодежи</li> <li>• Проведение «эко-кафе»</li> <li>• Туры на объекты (ООПТ)</li> <li>• </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Информационные буклеты, листовки, плакаты-инфографика, другое</li> <li>• Раздаточный материал</li> <li>• Кейсы (примеры практик)</li> <li>• Наглядные пособия (видео, и т.д.)</li> <li>• СММ-инструменты</li> <li>• Тренинги для молодежи</li> <li>• Тематические акции</li> <li>• Создание и развитие интерактивного интернет-ресурса по сохранению биоразнообразия с возможностью онлайн консультаций, электронные рассылки</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Правительство</li> <li>• ГАООС ЛХ</li> <li>• Проекты по предотвращению опустынивания и деградации земель</li> <li>• Минобразование КР</li> <li>• СМИ</li> <li>• Министерство молодежи</li> <li>• НПО</li> </ul>
--	---	--	---	--

<p><b>Население: местные жители</b></p>	<p>-Что такое земельные ресурсы          - Что такое экосистемные услуги (практический аспект – затраты/выгоды)          - Особенности земельных ресурсов Кыргызской Республики          -Какой вред наносит человек земельным ресурсам          -Как сохранить земельные ресурсы и какой вклад в это может внести каждый человек          -Законодательство, которое поможет сохранить земельные ресурсы          -Как узнать приносят ли вред земельным ресурсам близ лежащие предприятия.          - Какая ответственность предусмотрена за вред нанесенный земельным ресурсам</p>	<p><b>Массовые коммуникации</b></p> <p><b>ТВ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Бишкек</i> – ОТРК, ОРТ, НТС, РТР, 5 канал, НБТ</li> <li>• <i>Чуй обл</i> – ОТРК, НТС, НБТ, ОРТ, РТР, 5 канал</li> <li>• <i>Иссык-Куль обл</i> – ОТРК, ОРТ, РТР, Иск-Куль-ТВ, 5 канал, НБТ, НТС</li> <li>• <i>Таласская обл</i> – ОТРК, ОРТ, ЭлТР, НТС, РТР</li> <li>• <i>Нарынская обл</i> – ОТРК, ОРТ, ЭлТР, Нарын ТВ, РТР</li> <li>• <i>Ош обл</i> – Ынтымак, ЭлТР, ОТРК, ОшТВ, 7 канал, Башат, Пирамида, Керемет</li> <li>• <i>Джалал-Абад обл</i> – Ынтымак, ОТРК, ЭлТР, ЖТР, ОРТ, 7 канал</li> <li>• <i>Баткенская обл</i> – Ынтымак, ОРТ, ЭлТР, ОТРК, НТС, РТР, НТВ</li> </ul> <p><b>Радио</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Бишкек</i> – Кыргызстан обондору, Манас, Тумар, Мин кыял, БиБиСи, Эхо Москвы, Европа+</li> <li>• <i>Чуй обл</i> – Хит FM, Кыргызстан обондору, Мин кыял, Тумар, Европа+, Авторадио</li> <li>• <i>Иссык-Куль обл</i> – Кыргызстан обондору, Артек, Азаттык, Европа+, Эл FM, Волна Иссык-Куля</li> <li>• <i>Таласская обл</i> – Кыргызстан обондору, Азаттык, Мин кял, Марал, Алмаз радио, ЭЛ FM</li> <li>• <i>Нарынская обл</i> – Азаттык, Кыргызстан обондору, Алмаз, БиБиСи, Санжыра, Хит FM,</li> <li>• <i>Ош обл</i> – Кыргызстан обондору, Азаттык, Европа+, Эл FM, Сынжара, Тумар, Мин</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тематические ТВ программы</li> <li>• Социальный ролик</li> <li>• Аналитические программы и обсуждения</li> <li>• Вставки в уже существующие ТВ программы</li> <li>• Информационные поводы в новостных блоках</li> <li>• Интервью с экспертами, НПО, специалистами МСХиМ и др.</li> <li>• Информационные буклеты, листовки, плакаты-инфографика, другое</li> <li>• Создание видео-фильма по проблемам опустынивания и деградации земель</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Правительство во</li> <li>• ГАООС ЛХ</li> <li>• Проекты по предотвращению опустынивания и деградации земель Минобразование КР</li> <li>• СМИ</li> <li>• НПО</li> </ul>
---	---	--	--	---

<p><b>Население: Дети и их родители, преподавател и</b></p>	<p>-Что такое земельные ресурсы - Что такое экосистемные услуги (практический аспект – затраты/выгоды) - Особенности земельных ресурсов Кыргызской Республики -Какой вред наносит человек земельным ресурсам -Как сохранить земельные ресурсы и какой вклад в это может внести каждый человек</p>	<p><b>Межличностные коммуникации:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Школьный час о сохранении земельных ресурсов</li> <li>• Раздача информационных буклетов (листовок, плакатов-инфографика)</li> <li>• Семинары для директоров и учителей школ и преподавателей ВУЗов для распространения информации о сохранении земельных ресурсов.</li> <li>• Проведение конкурса стен-газет для школьников</li> </ul> <p><b>Массовые коммуникации</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Онлайн ресурс на тему сохранения земельных ресурсов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Изготовление визуальных носителей информации о сохранении земельных ресурсов для детей (закладки для книг, плакаты в школах и др.)</li> <li>• Выставка плакатов</li> <li>• Демонстрация видео и других наглядных пособий для учеников</li> <li>• Обучение учителей, родителей</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Мин образ КР</li> <li>• Местные сообщества</li> <li>• НПО</li> <li>• Проекты по предотвращению опустынивания и деградации земель</li> </ul>
---	---	---	---	--

<b>СМИ и медиа-группы</b>	<p>-Международный опыт освещения проблем сохранения земельных ресурсов</p> <p>-Роль СМИ в сохранении земельных ресурсов</p> <p>-Что такое опустынивание и деградация земель</p> <p>- Что такое экосистемные услуги</p> <p>- Особенности земельных ресурсов Кыргызской Республики</p> <p>-Какой вред наносит человек земельным ресурсам</p> <p>-Как сохранить земельные ресурсы и какой вклад в это может внести каждый человек</p> <p>-Законодательство, которое поможет сохранить земельные ресурсы</p> <p>-Как узнать приносит ли вред земельным ресурсам близ лежащие предприятия.</p> <p>- Методы мониторинга и распространения информации о сохранении земельных ресурсов</p>	<p><b>Межличностные коммуникации:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Пресс-туры</li> <li>• Семинар для редакторов и журналистов по освещению вопросов опустынивания и деградации земель на республиканском и региональном уровнях</li> <li>• Распространение информационных продуктов</li> <li>• Развитие коммуникаций представителей СМИ с экспертами в сфере опустынивания и деградации земель</li> </ul> <p><b>Массовые коммуникации</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Онлайн ресурс на тему сохранения биоразнообразия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Формирование пула журналистов, освещающих вопросы сохранения земельных ресурсов</li> <li>• Создание и сбор пула публикации: интервью, очерки, статьи</li> <li>• Учебный модуль</li> <li>• Раздаточный материал</li> <li>• Кейсы (примеры практик)</li> <li>• Наглядные пособия (видео, и т.д.)</li> <li>• Проведение журналистских творческих конкурсов по вопросам сохранения земельных ресурсов</li> <li>• Создание и развитие интерактивного интернет-ресурса по сохранению земельных ресурсов с возможностью онлайн консультаций, электронные рассылки</li> <li>• Электронные рассылки для СМИ</li> <li>• Тематические встречи в клубе экологической журналистики</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• СМИ</li> <li>• НПО</li> <li>• Международные проекты по предотвращению опустынивания и деградации земель</li> </ul>
---------------------------	--	--	---	---



Приложение 4

Список СМИ

	СМИ	ФИО	Контактные данные	Е-мейл
<b>Интернет-издания</b>				
1. 1	<b>Вечерний Бишкек, интернет-редакция</b> <a href="http://www.vb.kg/">http://www.vb.kg/</a>	Назгуль Бегалиева, корреспондент	0555222860	<a href="mailto:info@vb.kg">info@vb.kg</a>
2.	<b>ИА 24.kg</b> <a href="http://www.24kg.org">http://www.24kg.org</a>	Иван Марченко, корр.	+996(312)66-01-88 – приемная 0555059730	<a href="mailto:info@24.kg">info@24.kg</a>
3.	<b>ИА КирТАГ</b> <a href="http://www.kyrtag.kg">http://www.kyrtag.kg</a>	Координатор: Назгуль Кыдыралиева Замир Козубеков	тел: +996 (312) 900308, +996 (312) 314422  0 555 12 60 56, +996 (312) 66 01 88	<a href="mailto:kyrtag@bk.ru">kyrtag@bk.ru</a> , <a href="mailto:office@kyrtag.kg">office@kyrtag.kg</a>
4.	<b>ИА К-news</b> <a href="http://www.knews.kg">http://www.knews.kg</a>	Корр: Дарья Мамонтова	тел: +996 312 316081  0553-12-30-20	<a href="mailto:info@knews.kg">info@knews.kg</a>  <a href="mailto:1922sp@mail.ru">1922sp@mail.ru</a>
5.	<b>Аналитический портал РЕГИОН</b> <a href="http://www.region.kg">www.region.kg</a>	Игорь Шестаков, Главный редактор Елена Соколова, корр.	+996 (312) 62 20 26; 0555003413	<a href="mailto:igor_pen@list.ru">igor_pen@list.ru</a> ; <a href="mailto:fond-bishkek@rambler.ru">fond-bishkek@rambler.ru</a>
6.	<b>ИА Фергана</b> <a href="http://www.ferganane.ws.com/">http://www.ferganane.ws.com/</a>	Екатерина Иващенко, корреспондент	0 551 200 886	<a href="mailto:ekaterina.ivashenko@gmail.com">ekaterina.ivashenko@gmail.com</a>
7.	<b>ИА Вести_кг</b> <a href="http://www.vesti.kg/">http://www.vesti.kg/</a>	Мария Озмитель, редактор	+996 (312) 89-30-29, +996(556) 40-99-09	<a href="mailto:vesti@vesti.kg">vesti@vesti.kg</a> <a href="mailto:m.ozmitel@gmail.com">m.ozmitel@gmail.com</a>

8.	<b>ИА АКИ-пресс</b> <a href="http://www.akipress.org">http://www.akipress.org</a>		+996 (312) 659203 +996 (312) 455438 +996 (312) 456673	<a href="mailto:admin@akipress.org">admin@akipress.org</a> <a href="mailto:akipress@gmail.com">akipress@gmail.com</a> <a href="mailto:rabiga@akipress.org">rabiga@akipress.org</a>
9.	<b>CA-news</b> <a href="http://www.ca-news.org">http://www.ca-news.org</a>		+996 (312) 35-30-91, 65-03-09 Факс: +996 (312) 65-02-04	<a href="mailto:news@ca-news.org">news@ca-news.org</a>
10.	<b>ИА Кабар</b> <a href="http://www.kabar.kg">www.kabar.kg</a>		+996 (312) 960528	<a href="mailto:kabar@kabar.kg">kabar@kabar.kg</a> <a href="mailto:kabar312@yandex.ru">kabar312@yandex.ru</a>
11.	<b>Интернет-газета Белый Парус</b> <a href="http://www.paruskgo.info/">http://www.paruskgo.info/</a>	Елена Авдеева, гл. редактор		<a href="mailto:parohod@list.ru">parohod@list.ru</a>
12.	<b>Клоор</b> <a href="http://kloop.kg/">http://kloop.kg/</a>	Бектур Искендер		<a href="mailto:bektour@kloop.kg">bektour@kloop.kg</a> ;
13.	<b>ИА Интерфакс</b>	Жылдызбек Ибралиев, корреспондент,	+996 555 98-71-42,	<a href="mailto:ibraliev_bek@mail.ru">ibraliev_bek@mail.ru</a>
14.	<b>ИА РЕГНУМ</b>	Григорий Михайлов корреспондент	+996 555203070	<a href="mailto:reporter.kg@gmail.com">reporter.kg@gmail.com</a>
15.	<b>ИА Рейтер</b>	Ольга Дзюбенко корреспондент	+996 555760011	<a href="mailto:dzyubenko312@mail.ru">dzyubenko312@mail.ru</a>
16.	<b>ИА Франс Пресс по Кыргызстану</b>	Толкун Наматбаева	+996 517223279	<a href="mailto:volna59@mail.ru">volna59@mail.ru</a>

		корреспондент		
17.	<b>ИТАР-ТАСС</b>	Мезир Алиев - журналист	+996 (312) 90-84-64 +996 (312) 66-25-87	<a href="mailto:dip@itar-tass.com">dip@itar-tass.com</a> ;
18.	<b>РИА Новости</b>	Юлия Орлова	+996 (312) 62-78-01, 62-78-08	<a href="mailto:aina_bbc_bishkek@mail.ru">aina_bbc_bishkek@mail.ru</a>
<p style="text-align: center;"><b>19.</b> <b>20. Бишкек и Чуйская область</b></p>				
21.	<b>ИД «Слово Кыргызстана»</b>	Слащова Тамара Михайловна, гл. ред Шепеленко Александр, корр.	+996 (312) 622045	<a href="mailto:info@slovo.kg">info@slovo.kg</a> , <a href="mailto:slovo@megaline.kg">slovo@megaline.kg</a>
22.	<b>ИД «Вечерний Бишкек»</b> <a href="http://www.vb.kg">www.vb.kg</a>	Геннадий Кузьмин, гл. редактор	+996 (312) 486565	<a href="mailto:webmaster@vb.kg">webmaster@vb.kg</a>
23.	<b>Кыргыз Туусу</b>	Тыналиев Мырзакат Редактор	+996 (312) 62-20-18, 62-20-17, 62-20-29 Факс: +996 (312) 62-20-25 +996 (312) 62 20 26; 0555003413	<a href="mailto:tuusu@infotel.kg">tuusu@infotel.kg</a> <a href="mailto:myrzakat6161@mail.ru">myrzakat6161@mail.ru</a> , <a href="mailto:myrzakat6161@gmail.com">myrzakat6161@gmail.com</a>
24.	<b>Аргументы и Факты</b>	Гульмира Ибраимова, корреспондент	+996 702410304	<a href="mailto:gibraim@mail.ru">gibraim@mail.ru</a>
25.	<b>Деньги и власть (еженедельная деловая газета)</b> <a href="http://www.bishkekinfo.kg/">http://www.bishkekinfo.kg/</a>	Турат Акимов	+996 (312) 47-70-02	



26.	<b>Эркин-Тоо</b>	Абдувахаб Моние - главный редактор	+996 (312) 59-15-44 +996 (312) 59-15-44 +996 772 28-76-59 +996 773 01-30-25	<a href="mailto:erkintoo@elcat.kg">erkintoo@elcat.kg</a>
27.	<b>Фабула</b>	Эрнис Балбаков	+996 (312) 53-33-32	<a href="mailto:forum0312@gmail.com">forum0312@gmail.com</a>
28.	<b>Заман Кыргызстан</b>	Абдыкерим Туратов	+996 (312) 61 46 42; +996 (312) 61 4648	<a href="mailto:zamantur@hotmail.com">zamantur@hotmail.com</a> , <a href="mailto:info@zaman.kg">info@zaman.kg</a>
29.	<b>Дело №</b>	Учредитель и главный редактор: Виктор Запольский +996 (775) 58-39-48	+996 (312) 68-21-36, 68-21-42 Факс: +996 (312) 68-21-36	<a href="mailto:delonom@ktnet.kg">delonom@ktnet.kg</a>
30.	<b>"Де-факто"</b>	Чолпон Орозбекова	+996 (312) 59-20-16, 59-16-18, 59-15-76 Факс: +996 (312) 59-20-16	<a href="mailto:defacto.gazeta@gmail.com">defacto.gazeta@gmail.com</a>
31.	<b>Супер-инфо</b>	Шаиста Шатманова	+996 312 47-43-43	<a href="mailto:info@super.kg">info@super.kg</a>
32.	<b>Алиби</b>	Момоконов Кунболот - главный редактор	+996 (312) 31-33-68, 31-27-70, 31-29-49	<a href="mailto:gazetaalibi@mail.ru">gazetaalibi@mail.ru</a> , <a href="mailto:kunbolot88@mail.ru">kunbolot88@mail.ru</a>
33.	<b>"Асман.kg"</b>	Кулиева Элнура Шабдыбековна (с. 0543 08-77-45)	+996 (312) 21-85-06	<a href="mailto:asmankg@mail.ru">asmankg@mail.ru</a>
34.	<b>Заман</b>	Мендеева А.Ж.	+996 550 97-40-34	<a href="mailto:zamantur@hotmail.com">zamantur@hotmail.com</a> ; <a href="mailto:zamankg@gmail.com">zamankg@gmail.com</a>

35.	<b>Business Times</b> еженедельная газета для деловых людей		+996 (312) 38-66-23, +996 (555) 00-72-58	<a href="mailto:Businesstimes@mail.ru">Businesstimes@mail.ru</a> , <a href="mailto:info@btimes.kg">info@btimes.kg</a>
36.	<b>Кут билим</b>	Кубат Чекиров	+996 (312) 62-04-68, 62-04-86, 62-04-93, 62- 11-95	<a href="mailto:kutbilims@mail.ru">kutbilims@mail.ru</a>
37.	<b>Учур</b>	Бегимай Бакашева - главный редактор	+996 (312) 59-70-13	<a href="mailto:gazeta-uchur@mail.ru">gazeta- uchur@mail.ru</a>
38.	<b>Чуй Баяны</b>	Качкынбаев Марат - главный редактор	с. 0773 16-41-12	
39.	<b>Эл Созы</b>	Аширбек Болотов	0 (773) 82-22-65	<a href="mailto:elsozy@mail.ru">elsozy@mail.ru</a>
40.	<b>Деловой вестник</b> <a href="http://www.photo.kg">www.photo.kg</a>	Ирина Байрамукова	+996 553109866, +996 (312) 622050,	<a href="mailto:irina_kg@rambler.ru">irina_kg @ramble r.ru</a>
<b>41.</b>				
<b>42. <a href="#">Электронные СМИ</a></b>				
43.	<b>Аззатык радио</b>		+996 (312) *, +996 (556) 10-61-06	<a href="mailto:azattyk@bureau@mail.rferl.org">azattyk@bureau ail.rferl.org</a>
44.	<b>Алмаз (радио)</b> Ул. Чуйкова 133 А	Кошмуратов Рустем	+996 (312) 301024	<a href="http://www.almaz.kg">www.almaz.kg</a>
45. 3	<b>НБТ</b> Ул. Алмаатинская 6 А	Барманкулов Ержан	+996 (312) 530745 +996 (312) 530746 +996 (312) 530748	<a href="mailto:nbt@infotel.kg">nbt@infotel.kg</a> <a href="mailto:nbt_tv@list.ru">nbt_tv@list.ru</a>
46. 4	<b>Эхо Москвы – Бишкек (ОсОО ТРК НТС)</b> Ул. Токомбаева, 46а	Халецкий Александр Александрович Гуськов Евгений Васильевич	+996 (312) 440540	<a href="mailto:radio@nts.kg">radio@nts.kg</a> <a href="http://www.echo.ics.kg">www.echo.ics.kg</a>

47.	<b>Европа - Плюс Бишкек</b> <b>«Кыргызстан Обондору»</b> <b>«Радио Русское»</b> Ул. Шабдан Баатыра, 4"б"	Бекиров Айдер Огай Сергей Геннадьевич Малика Сагатова	+996 (312) 530555(офис) +996 (312) 530535 +996 (312) 530111	<a href="mailto:Office@europa.kg">Office@europa.kg</a> <a href="http://www.europa.kg">www.europa.kg</a>
48.	<b>Радио «Hit Fm»</b> Проспект Чуй,36 (13 этаж)	Белобородова Елена Владимировна	+996 (312) 681056 +996 (312) 680111(эфир)	<a href="http://www.hitfm.kg">www.hitfm.kg</a> <a href="mailto:advert@hitfm.kg">advert@hitfm.kg</a>
49.	<b>Радио «О.К.»</b> Ул. Шабдан Баатыра 6, офис 406	Хендриксон Уес	+996 (312) 531647 +996 (312) 531664	<a href="mailto:okradio@elcat.kg">okradio@elcat.kg</a>
50.	<b>Радио «Манас FM»</b> М-н Джал, КТУ «МАНАС», 2 этаж	Билен Намал Молдалиева Аида	+996 (312) 492768	<a href="mailto:manasfm@manas.kg">manasfm@manas.kg</a> <a href="http://www.radio.manas.kg">www.radio.manas.kg</a>
51.	<b>Автордио</b> Ул. Ахунбаева, 119А	Улан Алыбаев Олег Заярнюк	+996 (312) 565057 +996 (312) 910025	<a href="mailto:ulan_auto@infotel.kg">ulan_auto@infotel.kg</a> <a href="mailto:oleg_auto@infotel.kg">oleg_auto@infotel.kg</a> <a href="mailto:efir_auto@infotel.kg">efir_auto@infotel.kg</a> <a href="mailto:autoradio@infotel.kg">autoradio@infotel.kg</a>
52.	<b>Радио «Шансон»</b> Пр-т Чуй, 34, 13 этаж	Алиев Тофик	+996 (312) 680834	<a href="mailto:shanson@infotel.kg">shanson@infotel.kg</a> <a href="mailto:tof@infotel.kg">tof@infotel.kg</a>
53.	<b>Телерадиокомпания «Мир» (Кыргызстан)</b> Ул. Абдрахманова,	Динара Суймалиева Кристина Груздова	+996 (312) 660515 +996 (312) 660514	

	170			
54.	<b>Государственная Телерадиовещатель ная Компания</b> Ул. Молодая Гвардия 59	Кубат Оторбаев Мырзакул Мамбеталиев	+996 (312) 392059 +996 (312) 656608 +996 (312) 979072 +996 (312) 392230	<a href="mailto:ntrk@ktr.kg">ntrk@ktr.kg</a>
55.	<b>«LOVE radio»</b> ул. Ибраимова, 24 (здание Учкун), 15 этаж	Алтын Камчиев	+996 (312) 592071	<a href="http://www.loveradio.kg">www.loveradio.kg</a> <a href="mailto:office@loveradio.kg">office@loveradio.kg</a>
56.	<b>Радио «АЗАТТЫК»</b> Ул. Боконбаева, 177	Джумагулов Султан	+996 (312) 316082 +996 (312) 316093	<a href="mailto:JumagulovS@bur.eaumail.rferl.org">JumagulovS@bur.eaumail.rferl.org</a> <a href="http://www.azattyk.org">www.azattyk.org</a>
57.	<b>Радио «21 Век»</b> Ул. Бульвар Молодой Гвардии 59	Жаманбаевва Тамара Кусеиновна Жусаева Динара	+996 (312) 656639 (прием) +996 (312) 658505 +996 (312) 658485 +996 (312) 655669	<a href="mailto:reclamakg@rambler.ru">reclamakg@rambler.ru</a> <a href="http://www.ktr.kg">www.ktr.kg</a> <a href="mailto:radio@ktr.kg">radio@ktr.kg</a>
58.	<b>Продакшн студия «Ордо»</b> Ул. Карасаева, 73А	Турсунов Фархад	+996 (312) 540100 +996 (312) 544459	<a href="mailto:ordo@elcat.kg">ordo@elcat.kg</a>
59.	<b>Телерадиокомпани я «5ый канал»</b> <b>Ул. Ибраимова, 24, 15 этаж</b>	Бердникова Евгения Ложников Дмитрий 591626	+996 (312) 592075 +996 (312) 592067 +996 (312) 592076	<a href="mailto:Info@5tv.kg">Info@5tv.kg</a> <a href="mailto:reklama@5tv.kg">reklama@5tv.kg</a>
60.	<b>Телерадиокомпани я «Центральная Азия»</b> Пр. Чуй, 207			<a href="mailto:azia-tv@mail.ru">azia-tv@mail.ru</a>
61.	<b>Телерадиокомпани я «Эхо Манаса»</b>	Токтогазиев Темирбек	+996 (312) 661290	

	Ул. Адигине, 64			
62.	<b>Телевизионная студия «Замана»</b> бул. Эркиндик, 122	Болокбай Шеримбеков	+996 (312) 670473	<a href="mailto:zamana@elcat.kg">zamana@elcat.kg</a>
63.	<b>Телерадиокомпания «НТС»</b> ул. Токомбаева, 46а	Аманов Бакытбек	+996 (312) 512359 +996 (312) 512356 +996 (312) 440544	<a href="mailto:gm@nts.kg">gm@nts.kg</a> <a href="mailto:ats@nts.kg">ats@nts.kg</a> <a href="mailto:info@nts.kg">info@nts.kg</a>
64.	<b>Информационное Агентство «Аки-Пресс»</b> Ул.Московская, 189	Тазабеков Марат	+996 (312) 353042 +996 (312) 659203	<a href="mailto:admin@akipress.org">admin@akipress.org</a> <a href="mailto:akipress@gmail.com">akipress@gmail.com</a>
65.	<b>КНАТИ «Кабар»</b> Ул. Абдрахманова, 175 (пересекает пр. Чуй)	Табалдиев Кубанычбек Абдименович	+996 (312) 620570 +996 (312) 620574	<a href="mailto:s1@kabar.gov.kg">s1@kabar.gov.kg</a> <a href="http://www.kabar.kg">www.kabar.kg</a>
66.	<b>Радио «Бурана»</b> ул. Ленина, 381 (2 этаж)	Абдурахимов Авас	+996 (312) 62747	<a href="mailto:radioburana@mail.ru">radioburana@mail.ru</a>
67.	<b>ТРК Татина</b> Ул. Гвардейская, 54	Джакынбеков Калыбек Кадырбекович	+996 (312) 62224 +996 (312) 62220	<a href="mailto:kalibek@karabalta.kg">kalibek@karabalta.kg</a> <a href="mailto:tatina@karabalta.kg">tatina@karabalta.kg</a>
68. <a href="#">Нарынская область</a>				
69.	Таалайбек Дуйшоналиев	Ред.обл.газеты «Тенир-Тоо»	0(3522) 5-03-01	
70.	Бейшенбек Калыков	Директор обл. телерадио	0(3522) 5-07-59 0(3522) 5-14-89	

71.	Кумондор Усуптегин	Соб.кор радио «Азаттык», газета «Заман Кыргызстан»	0(772) 43-56-77 0(550) 50-95-55	<a href="mailto:kumon63@mail.ru">kumon63@mail.ru</a>
72.	Жаркын Ибраева	Директор Радио «Алмаз-Нарын»	0(3522) 5-10-55 0(550) 50-65-55	
73.	Чынара Токтогулова	Медиа центр «Naryn.kg»	0(3522) 5-26-14 0(3522) 2-26-15 0(772) 21-33-74	
74.	Тынчтыкбек Султанов	Ред. газ. «Кошой Ордо» рай Ат-Башы	0(3534) 22-7-56	
75.	Омурбек Долоев	Ред.газ. «Айыл Турмушу» рай. Ак- Талаа	0(3537) 91-1-35	
76.	Откурбек Жумалиев –	Ред.газ. «Демилге» рай Жумгал	0(3536) 21-7-76 0(773) 87-83-73	
77.	Турдумамбет Кызалаков	Ред.газ. «Эмгек- Туусу» рай Кочкор	0(3535) 22-2-09 0(3535) 21-3-76	
78.	Роза Жумаева	Директор незав.теле. «Шанкай»	0(3522) 5-11-12	
79.	Какин Баркыжокова –	Директор незав. теле «Аян»	0(3522) 5-15-22 0(3522) 5-00-68	
80.	"Талас турмушу" таласская областная газета	Иманкулов Козубек Кушубаевич - главный редактор	+996 3422 5-28-20, с. 0772 65-59-05	
81.	<a href="#">Иссык-Кульская область</a>			
82.	Исык-Кульское областное ТВ	Тайтикеев Калыбек - руководитель	р/т. 03922 5--29-14 с. 0556 84-71-07	
83.	Вести Иссык-Куля	Православнова Людмила Николаевна	+996 555 41-44-81 +996 3922 2-28-18	

84.	Иссыкколь кабарлары	Абдыжыпар Эгембердиев	392220920 392252638	
85. <a href="#">Таласская область</a>				
86.	Замана	Ибрагимов Тооктогул Абдыбалиевич	342252076	
87.	Талас Турмушу	Иманкулов Козубек	534222029 342252820 342254313 342254335	talasturmushu@mail.ru
88.	Жаны Багыт		342256072	
89.	<a href="#">Ошская, Джалалабадская, Баткенская области</a>			
90.	Бюллетень "Мир вашему дому!"	Акулова Жыпар	0555 35 95 92	jypar2005@mail.ru
91.	Интерфакс	Бекбаева Жылдыз	0555 27 44 57,	jildyzb@rambler.ru
92.	Ош шамы	Байназаров Эркин, корреспондент	0555 57 19 75	
93.	Эхо Оша	Зилинга Виктор, корреспондент, Пукасенко Сергей Владимирович, фотокорр	032 22 24894 032 22 24895 032 22 2 59 41, 0543 86 67 02	
94.	Озгон нуру	Жороева Каныкей	0777 28 25 23	<a href="mailto:kanykei_170888@mail.ru">kanykei_170888@mail.ru</a>
95.	ЭлТР	Жолоева Альбина, корреспондент Табалдиева Клара, корреспондент	0556 08 01 89, 0770 21 39 55,	albina080189@mail.ru u klashola@mail.ru
96.	Ош ТВ	Соурбаева Сюита, директор	0558 454595	<a href="mailto:suitatv@mail.ru">suitatv@mail.ru</a>

97.	Аки-пресс	Зинакан Пасанова, собкор	03222 21804	
98.	ОТРК	Гульбара Кенжеева Ибрагим Ошуров	0555 00 66 24	
99.	Кабар – филиал в Оше	Асанбек Каракозуев (кырг.) Канат Абдрахман уулы (русск.)	0770700251 0770 58 60 00	
100.	Кара-Буура кабарлары	Оскон Чаргынов	0 700 324119	
101.	Жаныбаева Анархан	КНИА «Кабар», г. Джалал-Абад	0773 47 15 61	<a href="mailto:anarhan68@mail.ru">anarhan68@mail.ru</a> , <a href="mailto:anarhan42@gmail.com">anarhan42@gmail.com</a>
102.	Полищук Станислав	Корреспондент газеты «Эхо Оша»	0555275021, 0770469977 0322224895	<a href="mailto:polstaval@gmail.com">polstaval@gmail.com</a>
103.	Калканбаев Айзада	Суусамыр FM	0555760628, 0773132770	<a href="mailto:suusamyr@mail.ru">suusamyr@mail.ru</a>
104.	Акжолова Мейманбу	Главный редактор газеты «Жалал- Абадуну»	0(3722) 2 05 40, 0(772)255262	<a href="mailto:meimanby08@rambler.ru">meimanby08@rambler.ru</a>
105.	Бекбаева Жылдыз	Редактор ТРК Эко медиа, г. Ош	+996 555 274 457	<a href="mailto:jildyzb@mail.ru">jildyzb@mail.ru</a>
106.	Акыйкат Жарчысы (Джал-Алабад)	Токеева Клара	372225053 372225078 372225939	<a href="mailto:infojur@rambler.ru">infojur@rambler.ru</a>
107.	Жалол-обод Тонги (Джал-Алабад)	Батырбек Газибаев	372255159	
108.	Мусулман (Джал- Алабад)	Каныбек Тагаев	372250205	
109.	Салык – Налог Инфо (Джал-Алабад)	Татаев Бекмамат	372250085	