

**«СМИ о регионах и
региональном развитии
Кыргызстана»**

Программа «Поддержка СМИ»
Фонда «Сорос-Кыргызстан»

2012

Цели проекта

- улучшить информационное пространство в регионах и о регионах Кыргызстана
- способствовать развитию межрегиональных связей, привлечению инвестиций, влиять на людей, принимающих решения

Цели проекта

- поддержать альтернативный контент, не присутствующий в медийном мейнстриме
- способствовать развитию толерантных взаимоотношений между разными региональными, этническими, культурными группами и сообществами.

Финалисты проекта

- На конкурс поступило 60 заявок
- **Были отобраны 7 СМИ:**
 1. 7 канал
 2. Молодежная студия ОТРК
 3. Радио «Салам-Баткен»
 4. НТС
 5. Газета «Уш садоси»
 6. «Дембедем»
 7. Радио «Волна Иссык-Куля»

Почему регионы?

- Доминирование новостей из «центра» (парламент, правительство, президент)
- Выборочное освещение тем
- Мало межрегиональных тем
- Слабая поддержка региональных корпунктов ключевых национальных СМИ

Почему регионы?

- Стереотипы в подаче (привязка регионов к аграрному вопросу)
- Мало новых историй
- Мало историй, ориентированных на инвестора, в том числе внутреннего
- Разрыв между городом и селом
- Нам мало историй успеха!

О проекте

- Это социальный проект, направленный на социальные перемены
- Мы хотим подавать региональную тематику по-новому
- Сам процесс создания материалов, съемок, обработки информации, знакомства с героями, экспертами – должен стать новостным поводом

Пример: Antares Creative Group, Проект «Униженная старость»



Пример: Antares Creative Group, Проект «Униженная старость»



Пример: Antares Creative Group, Проект «Униженная старость»

facebook 103 54 Search Elna Karakulova Home

antares group

Antares Creative Group
672 likes · 36 talking about this · 0 were here

Local Business
Bishkek, Kyrgyzstan
555666000

About Photos Likes Map Videos

Highlights

Post
Write something...

103 Friends
Like Antares Creative Group

Chat (Offline)

9:21
16.03.2012

Ожидания от проектов

- Разнообразие страны в лицах, укладе жизни, экономике
- Истории успеха
- Внедрение лучших практик, как международных, так и местных
- Привлечение внимания людей, принимающих решения
- Предлагать решение проблем

Ожидания от проектов

- Показать пути выхода из проблемы для сообществ
- Снабдить инструментами для решения проблем
- Фасилитация диалога
- Привлечение инвестора
- Анализ стратегий развития регионов
- Человеческие vs. политические истории

Ожидания от проектов

- Использование элементов гражданской журналистики
- Установить причины, почему нет развития в определенных отраслях
- Использование социальных СМИ для широкого распространения информации (Youtube, Twitter, Facebook, Odnoklassniki)

Медиа для социальных перемен

Презентация составлена по материалам
Др. Эрана Франкеля, Калифорния, США

Пошаговое планирование медиа продукта

Каковы цели проекта?

На что вы
пытаетесь
повлиять?

знания
о проблеме

отношение
к проблеме

поведение

Кто ваша аудитория?

На кого именно
направлен ваш
медиа продукт?

Источник проблемы

Кто создает проблему и почему?

Потерпевшие

Кто страдает от проблемы и почему?

Решение проблемы

Кто в силах изменить или решить
проблему?

На каком уровне будет воздействие?

Источник проблемы

Кто создает проблему и почему?

Индивидуальный

Групповой

Структурный

Потерпевшие

Кто страдает от проблемы и почему?

Индивидуальный

Групповой

Структурный

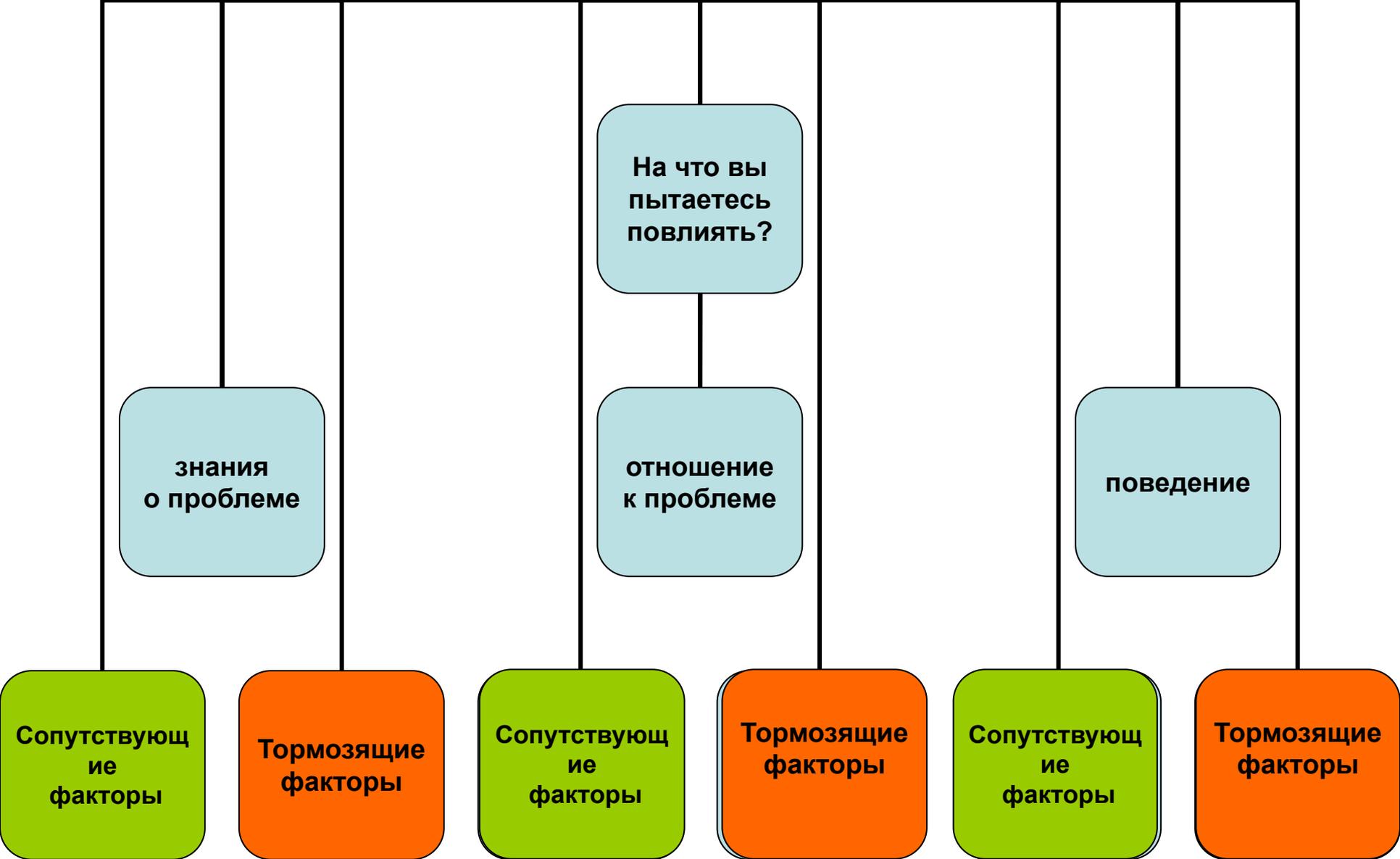
Решение проблемы

Кто в силах изменить или решить проблему?

Индивидуальный

Групповой

Структурный



Индивидуальный	ЗОП	Сопутствующие факторы
		Тормозящие факторы
Групповой	ЗОП	Сопутствующие факторы
		Тормозящие факторы
Структурный	ЗОП	Сопутствующие факторы
		Тормозящие факторы

Проблема	Проявление проблемы	Индивидуальный уровень	Групповой уровень	Структурный
	ЗОП	ЗОП	ЗОП	ЗОП

1. Выберите проблему
2. Определите, как эту проблему переживают в обществе на индивидуальном, групповом и структурном уровне
3. Определите, каковы знания, отношение и поведение, которые относятся к проблеме
4. Определите, кто в состоянии решить проблему