



# Освещение в СМИ и социальных сетях деятельности негосударственных некоммерческих организаций в России: пятая волна

Презентация результатов исследования

Октябрь 2024

Исследование реализовано в рамках проекта Агентства социальной информации «НКО-профи» при поддержке Благотворительного фонда Владимира Потанина

# Содержание

---

<a href="#">Резюме</a>	<a href="#">3</a>
<a href="#">Методология исследования</a>	<a href="#">4</a>
<a href="#">Раздел I. Основные характеристики источников информации о некоммерческом секторе в СМИ</a>	<a href="#">5</a>
<a href="#">Раздел II. Особенности информационной повестки некоммерческого сектора в СМИ</a>	<a href="#">13</a>
<a href="#">Раздел III. Результаты формального (автоматизированного) анализа текстов СМИ</a>	<a href="#">30</a>
<a href="#">Раздел IV. Основные характеристики источников информации о некоммерческом секторе в социальных медиа</a>	<a href="#">50</a>
<a href="#">Раздел V. Аналитика аккаунтов деловых СМИ в социальных медиа</a>	<a href="#">60</a>
<a href="#">Контакты</a>	<a href="#">74</a>

## Резюме



**СМИ**

**195 589** сообщений

Традиционно чаще всего о НКО пишут **новостные интернет-СМИ из Москвы и Московской области. Вместе с тем активны и региональные издания.**

**Поддержка участников боевых действий, мероприятия сектора и помощь другим группам благополучателей** (в основном – детям) – основные темы публикаций 2024 года.

В СМИ активно освещают **мероприятия и акции, направленные на помощь целевым группам благополучателей:** жителям Курской области и новых регионов, детям с тяжелыми заболеваниями и животным. Количество сообщений о помощи участникам СВО сократилось, но разнообразие тематических направлений увеличилось, в частности, выделился блок медицинской помощи и реабилитации. Заметна также церковная благотворительность.

Сохраняется тенденция **позиционирования государства как ключевого благотворителя.** В ряд ключевых агентов сектора в этом году включился бизнес, **благотворительные инициативы бизнеса стали более заметны.**



**Социальные медиа**

**913 588** постов

**ВКонтакте – остается безусловным лидером по количеству сообщений о деятельности НКО. Продолжает активный рост освещение темы в Telegram.**

Портрет аудитории этой темы в социальных медиа неизменен – в тему наиболее активно обсуждают **женщины старшего возраста, проживающие в столичных городах.**

В части содержания информационной повестки наблюдаются те же тенденции, что и в публикациях в СМИ – **продолжает нарастать активность государственных организаций по освещению своей социально ориентированной деятельности.**

Содержательно посты в социальных медиа мало отличаются от информационной повестки СМИ, при этом в социальных медиа чаще встречается прямая (ответственная и агрессивная) реклама благотворительных организаций.

# Методология исследования

---

1

часть

## Мониторинг присутствия НКО-сектора СМИ

анализ данных СМИ в динамике за пять лет

3

часть

## Мониторинг присутствия НКО-сектора социальных медиа

анализ источников о третьем секторе в социальных медиа за четыре месяца

2

часть

## Автоматизированный анализ текстов СМИ

облака слов, сетевой анализ («деревья смыслов») и тематическое моделирование

4

часть

## Мониторинг избранных тем в социальных медиа

изучение повестки в аккаунтах социальных медиа деловых СМИ за календарный год

## Раздел I. Основные характеристики источников информации о некоммерческом секторе в СМИ

Настоящий отчет, посвященный анализу освещения в СМИ и социальных медиа деятельности негосударственных некоммерческих организаций, предваряется разделом, характеризующим основные источники информации.

# Методология исследования СМИ

---

Мониторинг методологически повторяет исследования [2023](#), [2022](#), [2021](#) и [2020](#) годов. Поиск публикаций в СМИ в системе мониторинга «Медиалогия» осуществлялся по ключевым словам (включая стоп-слова):

*НКО, благотворительность, некоммерческая организация, благотворительный фонд, пожертвование, благотворительная организация, добровольческие объединения, ТОС, некоммерческий сектор*

**Метод анализа текстов** – контент-анализ

Хронологические рамки: 1 марта – 30 июня 2024 года

*\*поиск осуществлялся по всем словоформам*



Примечание: Детальный ключевой запрос со стоп-словами может быть предоставлен по запросу.

# Предварительный этап. Чистка сообщений и формирование выборки сообщений СМИ

**195 589**  
сообщений

## Генеральная совокупность текстов

Публикации отбирались случайным образом, каждое сообщение должно было соответствовать двум критериям:

- источник должен представлять собой СМИ или сетевое издание.
- информация о «третьем секторе» должна быть центральной темой сообщения.

**161 723**  
сообщений

Отбор релевантных источников

**40 431**  
сообщения

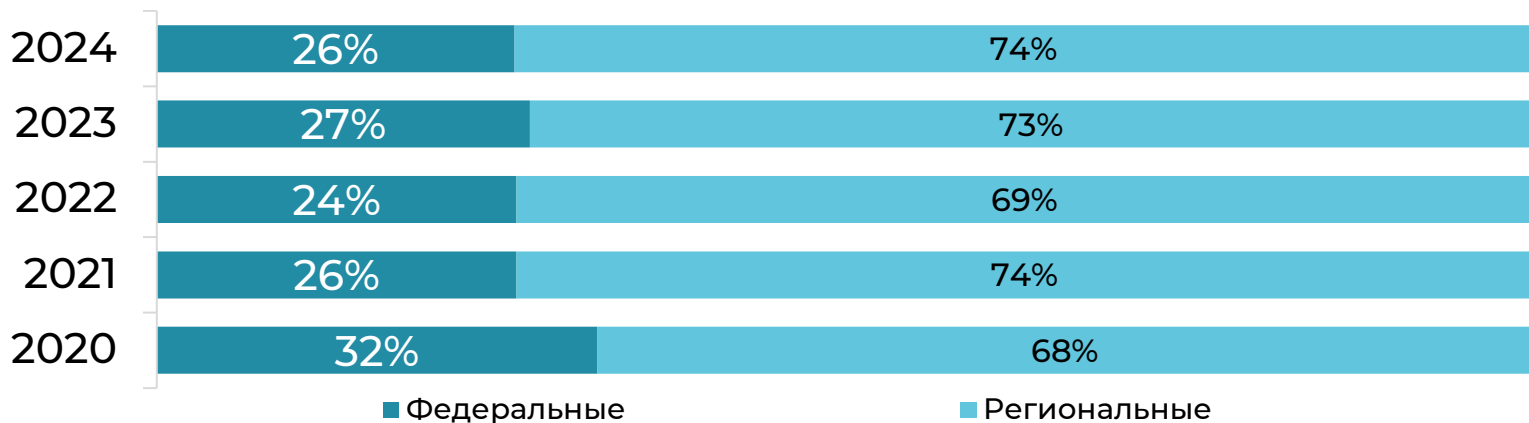
Отбор целевых текстов

**4 000**  
сообщений

## Отфильтрованная выборка для анализа

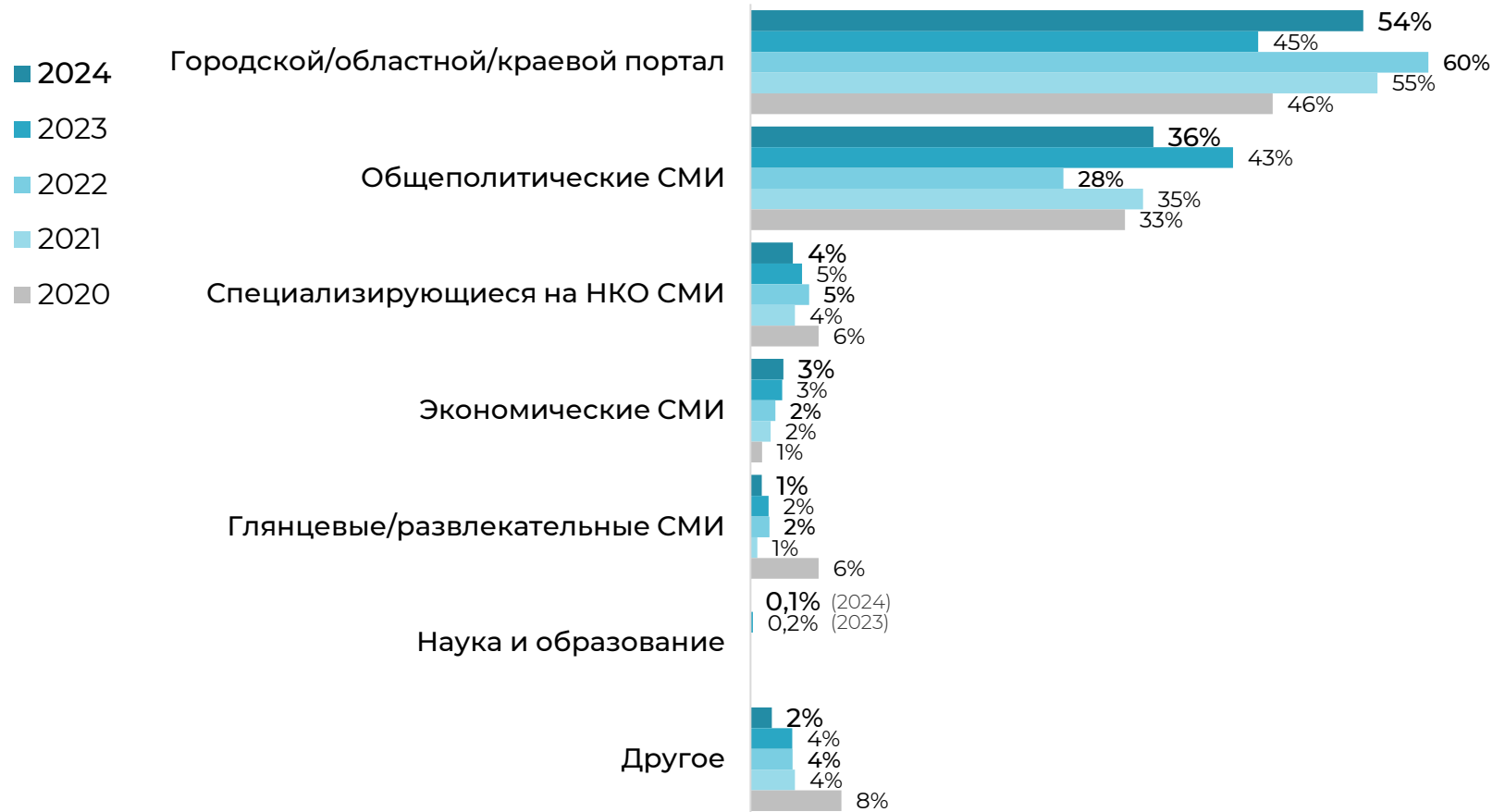
В 2024 году размер выборочной совокупности был сохранен на уровне последних трех волн (N=4000 в 2023 году, N=3933 в 2022 году и N=3718 в 2021 году). В 2020 году объем выборки составлял 1500 сообщений.

## Какие СМИ пишут об НКО?





## Какие СМИ пишут об НКО?



# Основные источники информации о «третьем секторе»

## 2024

№	Наименование СМИ	Кол-во сообщений	Категория СМИ	Город	Уровень СМИ
1	ТАСС ★	2 647	Информагентство	Москва	Федеральный
2	РИА Новости ★	2 387	Информагентство	Москва	Федеральный
3	Агентство социальной информации (asi.org.ru) ★	1 152	Информагентство	Москва	Федеральный
4	Православие и мир (pravmir.ru) ★	981	Интернет	Москва	Федеральный
5	Regions.Ru/Новости Федерации	597	Информагентство	Истра	Региональный
6	Смотрим (smotrim.ru) ★	442	Интернет	Москва	Федеральный
7	Российская газета (rg.ru) ★	342	Интернет	Москва	Федеральный

## 2022-2023

№	Наименование СМИ	Кол-во сообщений 2023	Кол-во сообщений 2022	Кол-во сообщений 2021	Категория СМИ	Город	Уровень СМИ
1	ТАСС	3 107	4 618	5 742	Информагентство	Москва	Федеральный
2	РИА Новости	1 922	3 728	5 166	Информагентство	Москва	Федеральный
3	Агентство социальной информации (asi.org.ru)	1 207	1 488	1 972	Информагентство	Москва	Федеральный
4	Православие и мир (pravmir.ru)	825	548	98	Интернет	Москва	Федеральный
5	Смотрим (smotrim.ru)	556	431	254	Интернет	Москва	Федеральный
6	Российская газета (rg.ru)	380	530	582	Интернет	Москва	Федеральный
7	ИА Красная весна	327	802	617	Информагентство	Москва	Федеральный

★ СМИ, которые входили в топ рейтинга в 2020-2023 гг.

## В каких регионах СМИ были наиболее активны?

# 29%

публикаций о некоммерческом секторе приходится  
на федеральные и московские СМИ  
Как и в 2023 году

### 10 медиа-активных регионов

№	Регион	2024	2023	2022	2021	2020
1	Московская область	4%	4%	5%	4%	3%
2	Санкт-Петербург	3%	3%	3%	3%	5%
3	Свердловская область	3%	2%	2%	2%	4%
4	Нижегородская область	3%	2%	4%	3%	3%
5	Республика Башкортостан	2%	2%	2%	2%	1%
6	Республика Татарстан	2%	2%	2%	1%	2%
7	Краснодарский край	2%	3%	2%	1%	2%
8	Брянская область	2%	2%	0,9%	1%	0,9%
9	Ханты-Мансийский автономный округ	2%	1%	1,17%	<b>1,64%</b>	1%
10	Иркутская область	2%	2%	2%	0,3%	1%

### 10 медиа-пассивных регионов

№	Регион	2024	2023	2022	2021	2020
80	ЛНР	0,13%	0,17%			
81	Удмуртская Республика	0,08%	0,60%	0,46%	0,67%	0,20%
82	Республика Адыгея	<b>0,08%</b>	0,17%	<b>0,03%</b>	0,20%	0,10%
83	Ненецкий автономный округ	<b>0,08%</b>	<b>0,07%</b>	<b>0,15%</b>	<b>0,10%</b>	0,58%
84	Республика Калмыкия	<b>0,05%</b>	<b>0,15%</b>	<b>0,05%</b>	0,48%	0,30%
85	Херсонская область	<b>0,03%</b>	<b>0,02%</b>			
86	Республика Тыва	<b>0,03%</b>	<b>0,05%</b>	0,20%	<b>0,05%</b>	<b>0,07%</b>
87	Республика Алтай	<b>0,03%</b>	<b>0,05%</b>	0,18%	<b>0,03%</b>	0,80%
88	Республика Якутия	0,03%	0,65%	1,53%	0,75%	0,52%
89	Республика Карелия	0,03%	0,40%	0,79%	0,83%	0,65%

**Жирным** выделены те регионы, которые вошли в рейтинг медиа-активных / медиа-пассивных регионов в 2020-23 годах.

## Выводы к разделу

# 95%

публикаций  
в некоммерческом секторе  
носят новостной характер

# 15%

публикаций  
в некоммерческом секторе связаны  
со специальной военной операцией  
**-11 п.п. по сравнению с 2023 г.**

**Деятельность НКО освещается преимущественно в региональных медиа** – 74% сообщений. Соотношение представленности темы в региональных и федеральных СМИ стабильно на протяжении всех волн мониторинга.

**Сократилось присутствие специальной военной операции** в публикациях о деятельности сектора по сравнению с 2023 годом. Наиболее активными субъектами в этой теме по прежнему являются государственные организации, политические партии и главы регионов.

Крупнейшими источникам информации о третьем секторе остаются информационные агентства ТАСС, РИА-Новости, а также Агентство социальной информации (АСИ). В рейтинге самых активных источников информации преобладают крупные новостные СМИ, единственным сопоставимым по активности профильным ресурсом АСИ. Подавляющее большинство авторов публикаций – журналисты-новостники региональных изданий, для которых НКО не являются профильной темой.

В целом, **публикационная активность отдельных региональных медиа остаётся устойчивой на протяжении всех пяти лет мониторинга** – наибольшая публикационная активность по теме по прежнему в Московской области, Санкт-Петербурге, Свердловской и Нижегородской областях. В 2024 году усилили свою активность по теме Республика Башкортостан и Республика Татарстан

## Раздел II. Особенности информационной повестки некоммерческого сектора в СМИ

В настоящем разделе будут проанализированы основные информационные поводы и тематическое наполнение текстов.

## Топ-10 событий некоммерческого сектора в медиа\*



\* По данным системы мониторинга СМИ и социальных медиа «Медиалогия». Рейтинг строился на основе параметра «Заметность события».

\*\* Внесен Минюстом в реестр иностранных агентов

## Комментарий

---

**Информационную повестку составляют сообщения о мероприятиях, конкурсах и акциях (8/10).** Эту категорию составляют мероприятия и акции, направленные на поддержку отдельных групп населения, и конкурсы для поддержки организаций некоммерческого сектора. Представлены активности, организованные государством (3/10) и бизнесом (2/10). «Зеленый Марафон» Сбербанка, «Красная гвоздика», конкурс грантов Президента РФ – традиционно самые заметные мероприятия исследуемого периода. В этом году в рейтинг по упоминаемости вошла ситуативно обусловленная акция – помощь пострадавшим от паводка в Оренбургской области.

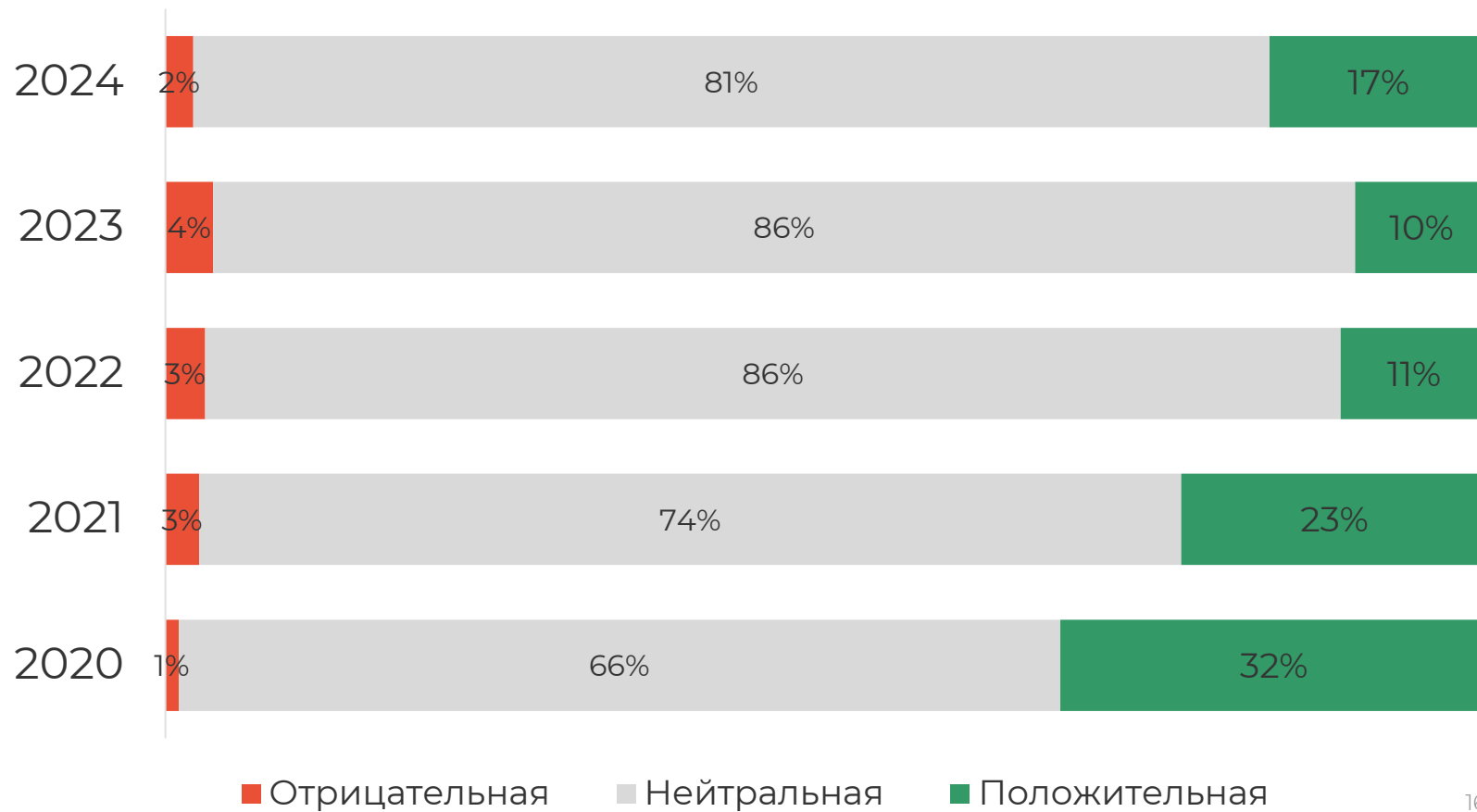
Продолжает **снижаться интенсивность публикационной активности о правоприменительной практике закона об иностранных агентах:** в этом году в рейтинг попало одно событие, в 2023 году – два, а в 2022 году в список вошло восемь событий). События, связанные с деятельностью властей, представлены практически в той же мере, что и события, связанные с деятельностью бизнеса. В целом, в 2024 году **рейтинг самых заметных событий сектора достаточно гетерогенен.**

Спортивные благотворительные мероприятия остаются популярны. В этом году два самых заметных информационных повода в медиа в сфере НКО носили спортивный характер.

*Для справки*

[Заметность сообщения](#) – это кумулятивный параметр, который учитывает «рекламный эквивалент» публикации в зависимости от номера полосы, объёма сообщения, а также тиража, посещаемости.

## Тональность сообщений





# Основной информационный повод

[к содержанию](#)



\* В 2021 – 2020 множественный выбор. Сумма по всем параметрам больше 100%.  
 В 2022 методика была скорректирована, отмечается один главный информационный повод. Общая сумма = 100%.

## Примеры сообщений

**Мероприятия и события** традиционно остаются видом деятельности некоммерческих организаций, который наиболее широко представлен в СМИ (71%, -3 п.п. по сравнению с 2023 г. и -20 п.п. по сравнению с 2022 г.). Сообщения этой тематики преобладают, но их количество постепенно сокращается за счет возрастания сообщений о результатах деятельности НКО.

**Результаты деятельности НКО** в 2024 году стали освещаться более активно. Представленность темы за год возросла с 9% до 14,6%.

### НКО Ленска обучились социальному проектированию

Ulus.Media | 19.04.24 18:54



16-18 апреля в Ленске прошел семинар-тренинг «Формирование компетенций по социальному проектированию с применением игропрактики «10 шагов» для гражданских активистов и лидеров НКО.

### Редкие книги от фонда «Возрождение Тобольска» получил в дар Пушкинский заповедник

17:40, 16 апреля 2024, ПАИ

Государственный музей-заповедник А. С. Пушкина «Михайловское» получил в дар книги, изданные силами общественного благотворительного фонда «Возрождение Тобольска». Об этом ПАИ сообщили в пресс-службе музея.



Фото Наталья Александровна Иванова-Толкачевы «Михайловское»

19 апреля 2024, 10:03

### Фонд «Жизнь как чудо» выпустил игру про здоровье печени

Благотворительный фонд «Жизнь как чудо» запустил интерактивную игру, которая поможет расширить знания о здоровье печени. Об этом «Таким делам» рассказали в НКО.

Главная героиня игры — веселая печень на велосипеде, которая путешествует по игровому полю. Ответив на все вопросы, можно получить приятные бонусы: стильный стикерпак и чек-лист заботы о печени.

Пройти игру можно на [сайте](#) проекта.

Выпуск игры приурочили ко Дню здоровья печени, который отмечается 19 апреля.

По данным фонда, в 2023 году в России было выполнено 130 операций по трансплантации печени детям.

## Самые упоминаемые персоны в СМИ\*

Соотношение представителей государственного сектора и частного некоммерческого в рейтинге наиболее часто упоминаемых персон в сообщениях в СМИ по теме НКО наглядно иллюстрирует, глубину тенденции на «огосударствление» медийного пространства по этой теме.

**Патриарх Московский  
и всея Руси КИРИЛЛ**

Количество упоминаний

1 291

**ГОЛИКОВА  
Татьяна Алексеевна**

заместитель председателя  
правительства РФ по вопросам  
социальной политики

Количество упоминаний

596

**ЗАНКО  
Ольга Николаевна**

председатель Центрального  
штаба общественного  
движения «Волонтёры Победы»

Количество упоминаний

581

**ЛЬВОВА-БЕЛОВА  
Мария Алексеевна**

уполномоченный  
при Президенте РФ  
по правам ребёнка

Количество упоминаний

536

**МЕТЕЛЕВ  
Артём Павлович**

председатель Ассоциации  
волонтёрских центров

Количество упоминаний

427

**МИХАЛКОВА  
Татьяна Евгеньевна**

Президент благотворительного  
фонда «Русский силуэт»

Количество упоминаний

420

**РАЗУВАЕВА  
Ксения Денисовна**

Руководитель Федерального  
агентства по делам молодежи  
(Росмолодежь)

Количество упоминаний

359

**ЧУПШЕВА  
Светлана Витальевна**

Генеральный директор  
Агентства Стратегических  
Инициатив (АСИ)

Количество упоминаний

303

**ГУРОВ Григорий  
Александрович**

Руководитель Федерального  
агентства по делам молодежи  
(Росмолодежь)

Количество упоминаний

236

**НАЗАРОВ  
Андрей Геннадьевич**

сопредседатель  
Общероссийской общественной  
организации «Деловая Россия»

Количество упоминаний

234

\*По данным системы мониторинга СМИ и социальных медиа «Медialogия». Рейтинг строился на основе количества упоминаний персоны в публикациях.

## Лица «третьего сектора» в СМИ



**ТОПОЛЕВА-СОЛДУНОВА**  
**Елена Андреевна**

директор Агентства социальной информации,  
член Общественной палаты РФ

Количество упоминаний

**190**

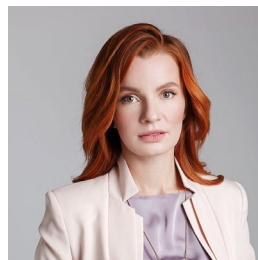


**КАРМАНОВ**  
**Роман Владимирович**

генеральный директор  
Президентского фонда  
культурных инициатив

Количество упоминаний

**186**



**МОСКВИТИНА**  
**Наталья Игоревна**

учредитель, генеральный  
директор Фонда «Женщины  
за жизнь»

Количество упоминаний

**168**

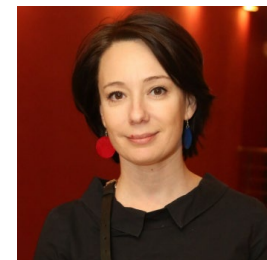


**ФЕДЕРМЕССЕР**  
**Анна Константиновна**

учредитель  
благотворительного фонда  
помощи хосписам «Вера»

Количество упоминаний

**165**



**ХАМАТОВА**  
**Чулпан Наилевна**

учредитель  
благотворительного  
фонда «Подари жизнь»

Количество упоминаний

**125**

По данным системы мониторинга СМИ и социальных медиа «Медиалогия». Рейтинг строился на основе количества упоминаний персоны в публикациях.

# Наиболее упоминаемые НКО в СМИ

## Все НКО



## Благотворительные фонды



\* Внесен Минюстом в реестр иностранных агентов

# Центральная тема сообщения

[к содержанию](#)



\* В 2021 – 2020 множественный выбор. Сумма по всем параметрам больше 100%.  
В 2022 методика была скорректирована, отмечается одна главенствующая тема. Общая сумма = 100%.

## Примеры сообщений

Как и в прошлых волнах мониторинга, среди основных тем **лидируют сообщения об оказании помощи нуждающимся**. По сравнению с 2023 годом **в 2024 году количество таких сообщений выросло на 4 п.п.** и приблизилось к уровню 2022 г. за счет небольшого сокращения представленности темы государственного регулирования и поддержки сектора.

**Тема оказания помощи по своему содержанию разнородна:** медиа публикуют сообщения о мероприятиях, конкурсах и других активностях, направленных на сбор средств для помощи различных целевых групп, также публикуются отчетные материалы о благотворительной деятельности организаций и предприятий и другие сообщения об оказании помощи нуждающимся.

12 апреля, 11:59

### Благотворительное пожертвование на помощь пострадавшим от паводков в Оренбургской области

Паводок в Оренбургской области нанес большой урон жителям, которые остались без крова над головой и потеряли имущество.



Региональное отделение «Российского Красного Креста» открыло благотворительный счет для сбора средств пострадавшим от паводка. Перечислить денежные средства можно по реквизитам:

[Ссылка на сообщение](#)

### В Твери волонтеры помогли преобразиться девушке-инвалиду



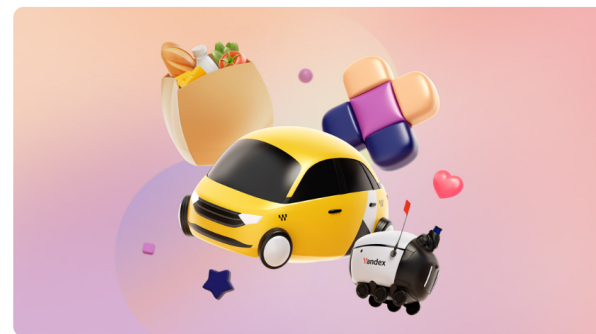
ссылка с видео Марины Леонович

Очередные добрые новости от благотворителя и содательницы первой социальной парикмахерской и центра для людей с ОВЗ "Электричка" Марины Леонович. На этот раз её команда помогла осуществить мечту Юлии из деревни Авакумово под Тверью. Девушка обратилась к волонтерам с просьбой помочь ей преобразиться и "улыбаться как раньше".

[Ссылка на сообщение](#)

### Пользователи Яндекса перевели на благотворительность более 260 миллионов рублей

20 мая 2024



[Ссылка на сообщение](#)

Фонд Яндекса «Помощь рядом» уже три года делает благотворительность частью повседневной жизни людей, а его работу поддерживают свыше миллиона пользователей. Их вклад в 2023 году составил 262 млн рублей. Еще 151 млн рублей перечислили в фонд сам Яндекс, а 22 млн принесли прямые пожертвования и другие поступления. Таким образом, общая сумма составила 435 млн рублей — на 44% больше, чем в 2022 году. Помощь получили почти 600 НКО-партнеров фонда.

# Примеры сообщений

**Тренд на «огосударствление» информационной повестки некоммерческого сектора**, который был отмечен по итогам предыдущих волн мониторинга, сохраняется. По сравнению с 2023 г. немного сократились упоминания государственного регулирования и поддержки некоммерческого сектора (-4 п.п.).

Государство распространило свое влияние на широкий спектр тематик: начиная помощь участникам СВО и их семьям, заканчивая помощью незащищенным слоям населения, людям с ОВЗ, защитой экологии и системной поддержкой НКО. Среди предложений политических партий и деятелей просматривается намерение стимулировать волонтерскую активность населения.

2 года работы: Гуманитарный штаб «Единой России» направил в новые регионы десятки тысяч тонн помощи

23.04.2024 vesti



13 миллиардов рублей партия собрала на помощь фронту

Итоги работы гуманитарного штаба «Единой России» за два года подвели на заседании с участием секретаря Генсовета партии **Андрея Турчака**.

[Ссылка на сообщение](#)



04:36, 3 апреля 2024

**Стартовал конкурс на грант губернатора Югры для социально ориентированных НКО**

В Югре начался конкурс на грант губернатора для социально ориентированных НКО. Принять участие в нём может некоммерческая организация, которая осуществляет свою деятельность более 3 месяцев.

[Ссылка на сообщение](#)

**Добро и забота для детей и ветеранов: Владимир Путин изучил работу благотворительных фондов**

Президент встретился с главами фондов «Круг добра» и «Защитники Отечества»

Игорь ЯКОВИЧ



Владимир Путин поблагодарил отца Александра за эффективную организацию работы, пожелал сил команде. Фото: Александр Лазов/ТАСС

В День защиты детей лидер России встретился с главами фондов «Круг добра» протодиецем Александром Ткаченко и «Защитники Отечества» Анной Цивилевой.

[Ссылка на сообщение](#)



# Примеры сообщений в деловых СМИ

**Информационная повестка деловых СМИ (3% от общего массива сообщений) неоднородна.** Освещаются как события, которые косвенно относятся к деятельности некоммерческих организаций (например, инфоповоды, связанные с арестами, уголовными делами в отношении бизнесменов), так и благотворительная деятельность бизнеса, благотворительные мероприятия и инициативы (например, в сфере экологии).

## Мусорная эстафета: как плаггинг помогает очищать улицы



Фото: Shutterstock

Помочь справиться с мусорным коллапсом может любой человек. Достаточно выйти на пробежку с мешком для мусора и собрать бутылки, которые встретятся по пути. Рассказываем о явлении плаггинга и о том, как к нему приобщиться

Источник: РБК

[Ссылка на сообщение](#)

## ₽598,5 млн крупнейший ретейлер в России направил на благотворительность



Насколько крупные компании вовлечены в благотворительность, кому и как они помогают?

Источник: РБК

[Ссылка на сообщение](#)

## Мама, папа и сироты

Как живет в «Детской деревне — SOS» семья с 14 детьми

В российских детских домах — 30 тыс. детей. Большинство, особенно маленькие, очень хотели бы иметь семью. Но взрослых, готовых их усыновить или опекают, на всех не хватает. «Детские деревни — SOS» развивают сразу несколько способов решить эту большую и очень тяжелую проблему. 12 июня исполнительный директор «Детских деревень» Николай Слабжанин получил Государственную премию за достижения в сфере благотворительности. Что он с коллегами придумал?

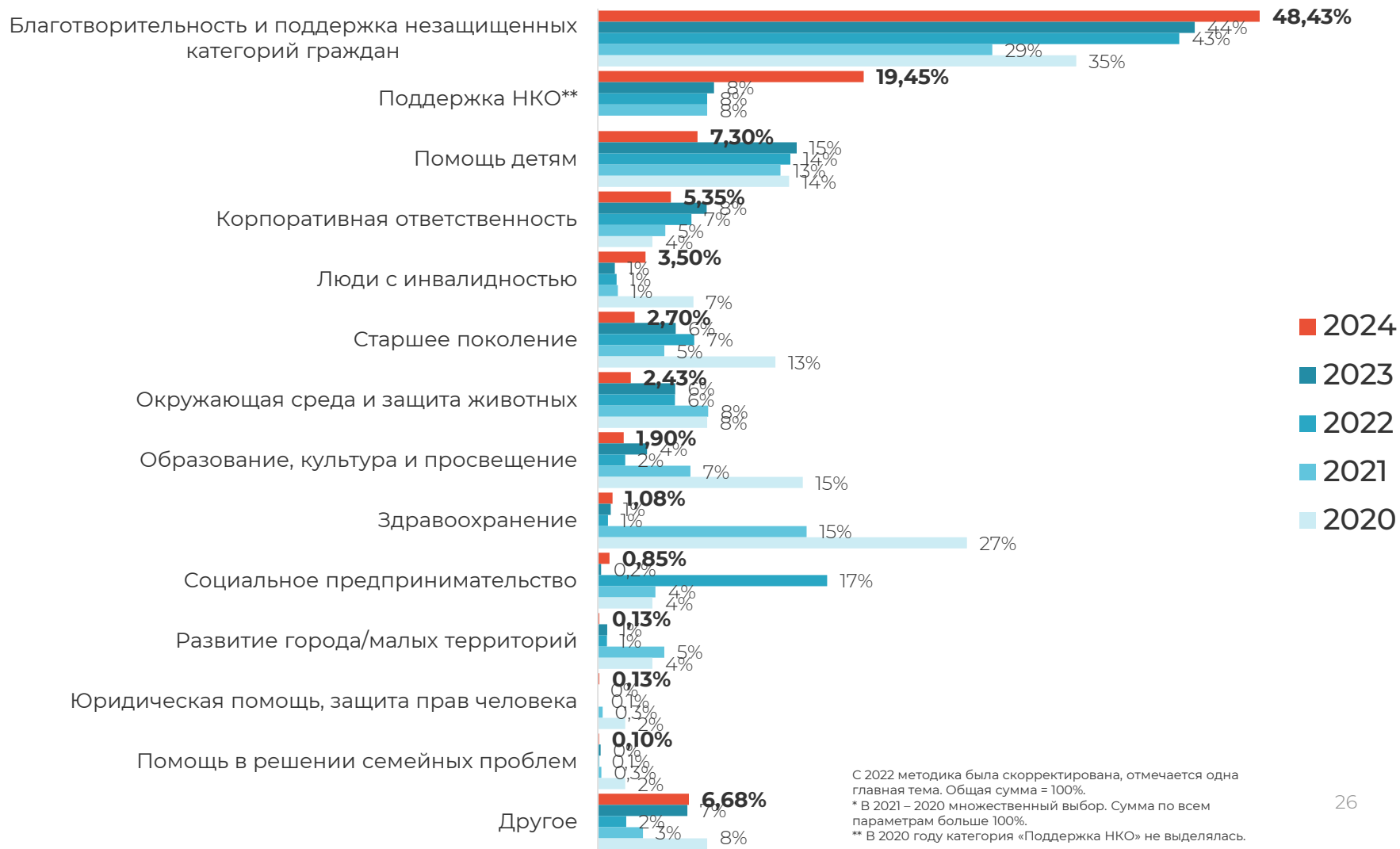


Источник: Коммерсантъ

[Ссылка на сообщение](#)

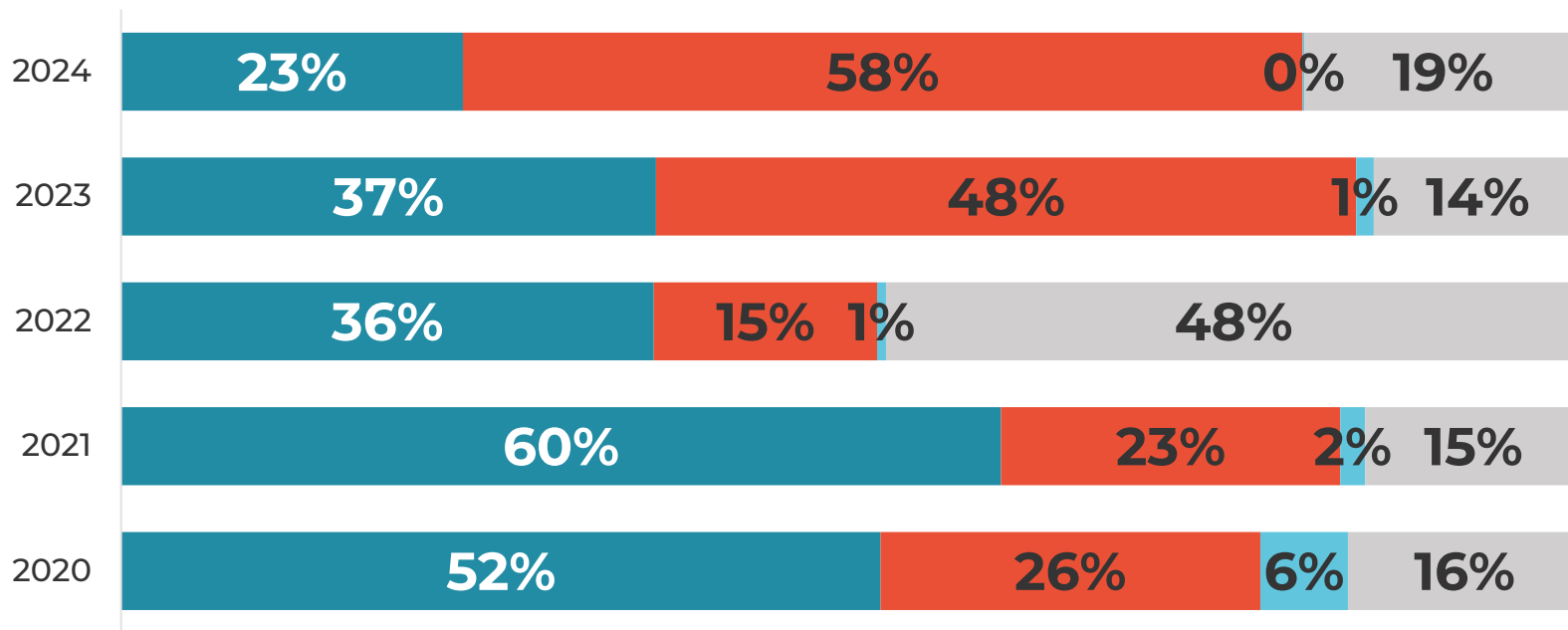
# Какие сферы некоммерческой деятельности упоминаются?

[к содержанию](#)



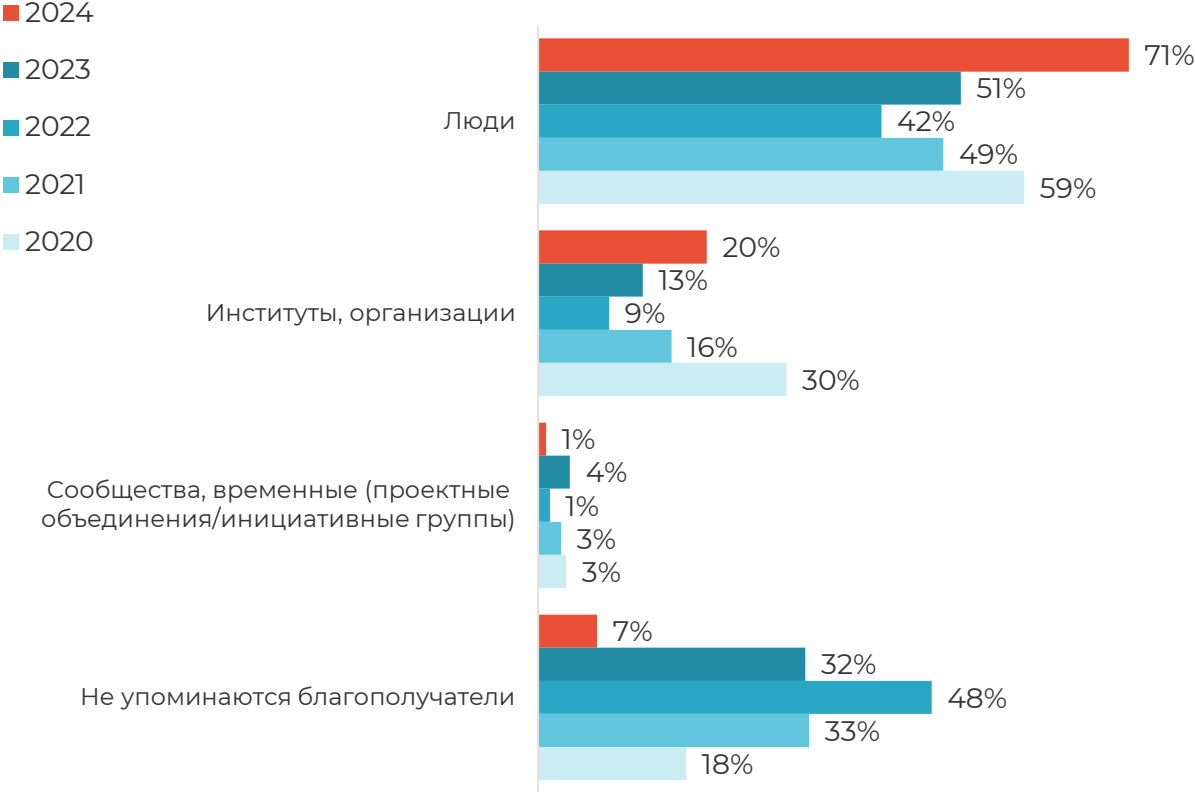
С 2022 методика была скорректирована, отмечается одна главная тема. Общая сумма = 100%.  
 \* В 2021 – 2020 множественный выбор. Сумма по всем параметрам больше 100%.  
 \*\* В 2020 году категория «Поддержка НКО» не выделялась.

## Масштаб деятельности НКО



- Локальный. Работа на уровне отдельного населённого пункта (города/села)
- Всероссийский/межрегиональный. Работа на уровне страны или нескольких регионов
- Международный. Работа сразу в нескольких странах
- Трудно определить

# Кого упоминают в качестве благополучателей?



## Выводы к разделу

По итогам пятилетнего мониторинга можно отметить **стабильность основных паттернов репрезентации деятельности некоммерческих организаций**.

Представление деятельности «третьего сектора» стабильно сопровождается **участием сектора в решении проблем страны, которое государство маркирует как актуальные** (борьба с коронавирусом, гуманитарная помощь жителям или беженцам с Донбасса в прошлые годы или поддержка участников СВО в 2023-2024 гг. или помощь пострадавшим от стихийных бедствий).

Рейтинг ключевых тематик сообщений сохраняется в течение всего периода мониторинга. Основной **темой публикаций о деятельности сектора остается оказание помощи нуждающимся**, доля сообщений этой тематики выросла на 4 п.п. Заметно сократилось количество сообщений о помощи детям по сравнению с 2020-2023 гг. – таких сообщений стало меньше вдвое, а вот сообщения о помощи людям с инвалидностью стали публиковаться заметно чаще.

### Ключевые агенты

#### Государство

Огромным влиянием на информационную повестку обладает государственный сектор – **все самые упоминаемые персоны некоммерческого сектора так или иначе связаны с органами государственной власти**. Традиционно велико значение Русской Православной церкви как агента благотворительности.

#### НКО

Как и в прошлом году, существенную часть информационной повестки занимает освещение деятельности государственных организаций в части финансовой поддержки некоммерческого сектора, его регулирования или учреждения государственных благотворительных организаций. **Тренд на конструирование образа государства как основного патрона некоммерческого сектора, который был впервые отмечен в мониторинге 2021 года, просматривается и в этом году.**

**Активное освещение получают любые государственные инициативы в отношении сектора.** В медиа НКО позиционируются через сообщения о получении государственной поддержки, и в меньшей степени – через результаты деятельности организаций.

**Основными источниками являются крупнейшие информационные агентства, профильное СМИ третьего сектора (АСИ) и региональные СМИ.**

#### Бизнес

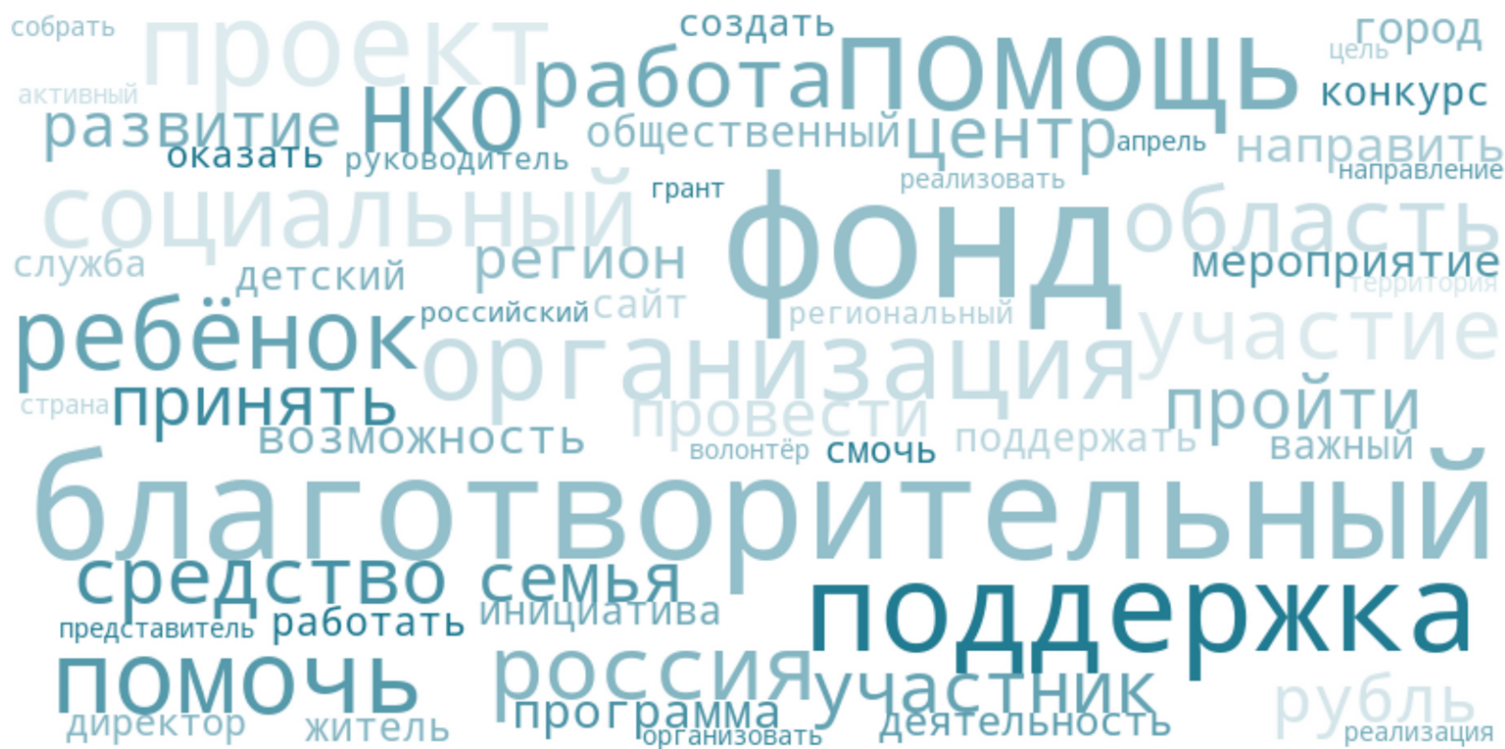
В этом году довольно активно освещалось участие бизнеса в организации благотворительных мероприятий и акций.

## Раздел III. Результаты формального (автоматизированного) анализа текстов СМИ

В данном разделе представлены результаты альтернативного вида анализа текстов СМИ, который позволил выделить наиболее часто встречающиеся в текстах слова, построить «облака терминов», а также определить связи между словами и построить сети их сочетаемости друг с другом («деревьями смыслов»).

## Самые частотные слова публикаций

---



## Самые частотные существительные публикаций





## Самые частотные прилагательные публикаций





## Ключевые выводы

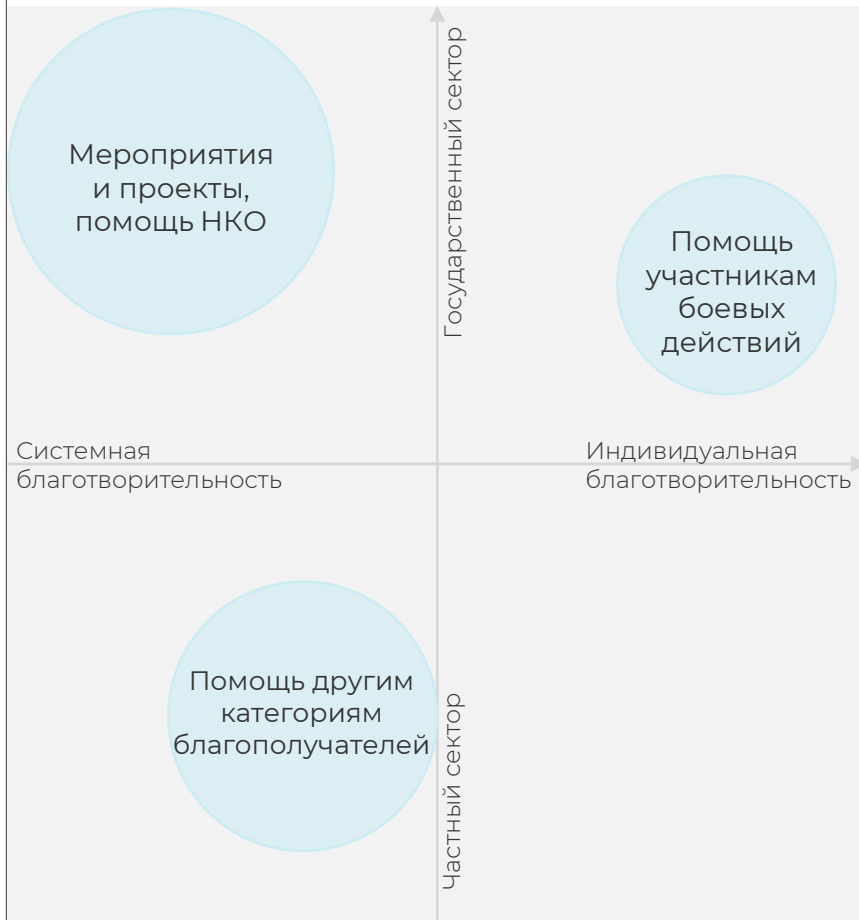
---

В целом, **тематический набор слов, который характеризует некоммерческую деятельность стабилен из года в год**. Исключая из рассмотрения тавтологичные заданной тематике слова «НКО» (6 268), «фонд» (11 887 упоминаний), «благотворительный» (7 325) и «помощь» (7 428), можно обнаружить наиболее частотные слова, отражающие различные направления деятельности некоммерческих организаций в том виде, в котором их представляют публике СМИ.

В качестве главных благополучателей выделяются **дети** (ключевое слово «ребенок» упоминается 6 603 раз), **участники специальной военной операции на территории Украины** (в ряде случаев ключевые слова «участник» (2 760), «СВО» (1 397), «ветеран» (1 276)) жители территорий, пострадавших по той или иной причине («житель» (1 825)). Важной темой является помощь семьям: «семья» (3 465). Помощь животным упоминается существенно реже («животное» – 895 упоминаний).

Наиболее широко в публикациях представлена **системная благотворительность** (ключевые слова «организация» (3 995), «проект» (8 008), «программа» (2 235), «мероприятие» (1 894)), а также **государственная поддержка НКО** (ключевые слова «грант» (1 963), «заявка» (1 488), «конкурс» (3 318)).

Что касается форматов реализации некоммерческой деятельности, среди публикаций в СМИ выделяется **гуманитарная помощь участникам СВО и жителям новых регионов** (ключевые слова «средство» (2 560), «направить» (1 576), «гуманитарный» (1 383) и др.) и **проведение акций и мероприятий различной направленности** («провести» (2 008), «акция» (1 918), «мероприятие» (1 894), «инициатива» (1 799) и др.)



## Тематическое моделирование

Перейдя по [ссылке](#) (нужно скачать файл), вы можете более подробно рассмотреть ключевые слова, вошедшие в тематические кластеры на интерактивной диаграмме

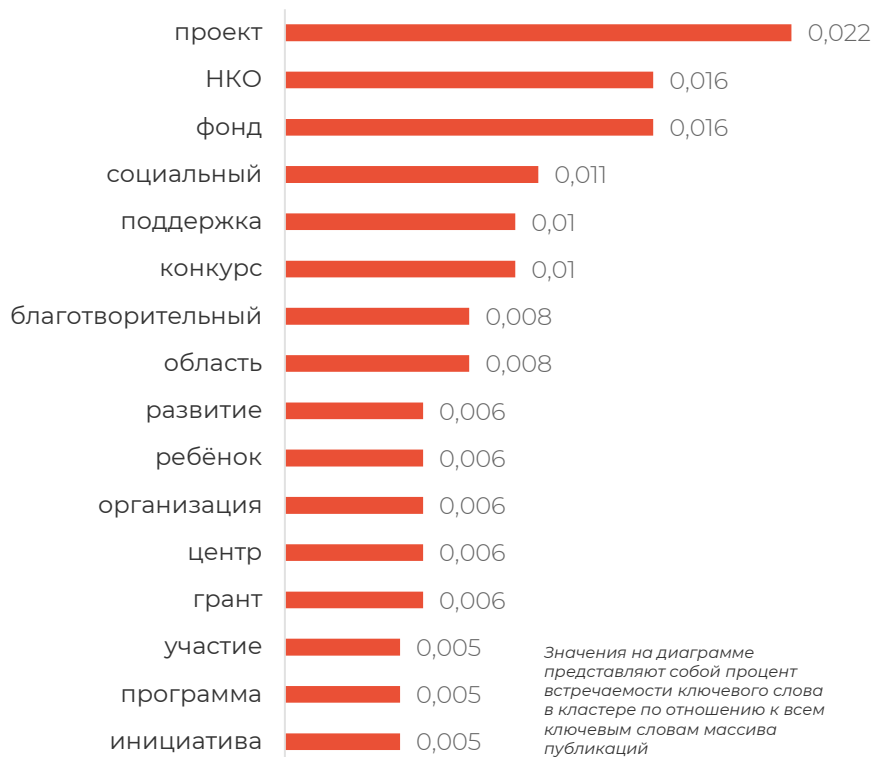
Приведенное изображение является иллюстрацией, выполненной вручную. Пороговое значение для оценки релевантности ключевых слов и построения диаграммы ( $\lambda$ ) составляет 0,2.

Посредством тематического моделирования публикации были разбиты на три группы, содержательно характеризующиеся своими наиболее часто встречающимися словами. Кластеры распределены в пространстве осей координат:

- по степени **активности основного действующего лица публикации** (получает или оказывает поддержку индивид, благотворительная организация или государство) – горизонтальная ось;
- по **принадлежности основного действующего лица публикации к частному или государственному сектору** экономики – вертикальная ось.

# Тема 1: Мероприятия и проекты, помощь НКО (46%)

## Наиболее частотные термины темы



Тему характеризуют слова, обозначающие **распространенные форматы мероприятий**, как благотворительных, то есть посвященных помощи целевых групп, так и государственной помощи некоммерческим организациям

Ключевые форматы мероприятий: **проекты, инициативы и программы**. Большую значимость в категории имеют упоминания помощи НКО в формате конкурсов, мер поддержки и грантов.

Расположение в части государственного по вертикальной оси координат обусловлено высокой частотностью упоминания государственной поддержки НКО, а расположение в части системной благотворительности по горизонтальной оси указывает на характер ключевого благополучателя – самих НКО.

## Тема 2: Помощь участникам боевых действий (25%)

### Наиболее частотные термины темы



*Значения на диаграмме представляют собой процент встречаемости ключевого слова в кластере по отношению к всем ключевым словам массива публикаций*

Как и в 2023 году, в отдельный кластер публикаций в СМИ выделилась тема СВО.

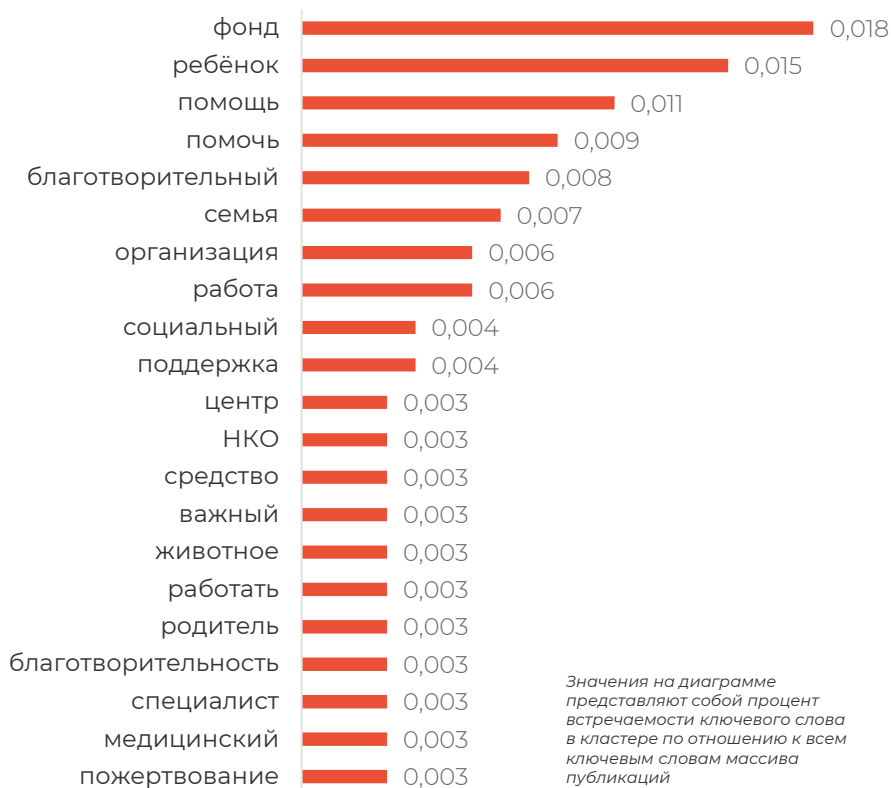
Тему характеризуют слова, обозначающие **способы поддержки участников боевых действий и жителей новых регионов**: «акция», «сбор», «средство», «гуманитарный», «передать» и др. Интересно, что по сравнению с прошлым годом ключевые слова тематики не изменились.

В кластер вошли три категории реципиентов благотворительной помощи: **участники СВО** («СВО», «ветеран», «участник»), семьи военнослужащих («семья», «ребенок»), а также люди, **проживающие на территориях, на которых ведутся боевые действия или жители новых регионов** («житель», «область»).

Лексемы «сбор», «помочь» и «средства» указывают на то, что в данном контексте чаще встречается не системная благотворительность, исходящая от НКО, а пожертвования людей в индивидуальном порядке.

## Тема 3: Медицинская благотворительность, помощь детям (29%)

### Наиболее частотные термины темы



Значения на диаграмме представляют собой процент встречаемости ключевого слова в кластере по отношению к всем ключевым словам массива публикаций

Тему характеризуют слова, обозначающие **способы поддержки других категорий благополучателей**: «акция», «сбор», «средство», «гуманитарный», «передать», «пожертвование» и др.

В кластер вошли три категории реципиентов благотворительной помощи:

**дети** («ребенок», «семья», «родитель»),

те, кому **требуется медицинская помощь** («медицинский», «специалист»),

а также **животные** («животное»).

Ключевые слова указывают и на тех, кто оказывает помощь:

**системная благотворительность** («центр», «НКО», «фонд»)

**индивидуальные благотворители** («пожертвование», «помочь»)

В данном кластере публикаций минимальное (по сравнению с остальными) количество упоминаний лексем, связанных с государственным участием.

## Выводы к разделу

---

В результате тематического моделирования массив по содержанию публикаций был разделен на три группы:

1. **Мероприятия и проекты, помощь НКО** (46%). Публикации данного кластера посвящены благотворительным государственным и частным акциям мероприятиям, а также мероприятиям, проводимым благотворительными организациями. Часто упоминается поддержка некоммерческих организаций посредством грантов и конкурсов.
2. **Помощь участникам боевых действий** (25%). Публикации из данной тематической категории освещают акции поддержки и денежные сборы для помощи участникам СВО, гуманитарную помощь жителям Курской области и новых регионов.
3. **Медицинская благотворительность, помощь детям** (29%). В этом году формальный анализ выделил две самые активно освещаемые в СМИ категории благополучателей: участники боевых действий и те, кто нуждается в медицинской помощи – дети и взрослые.

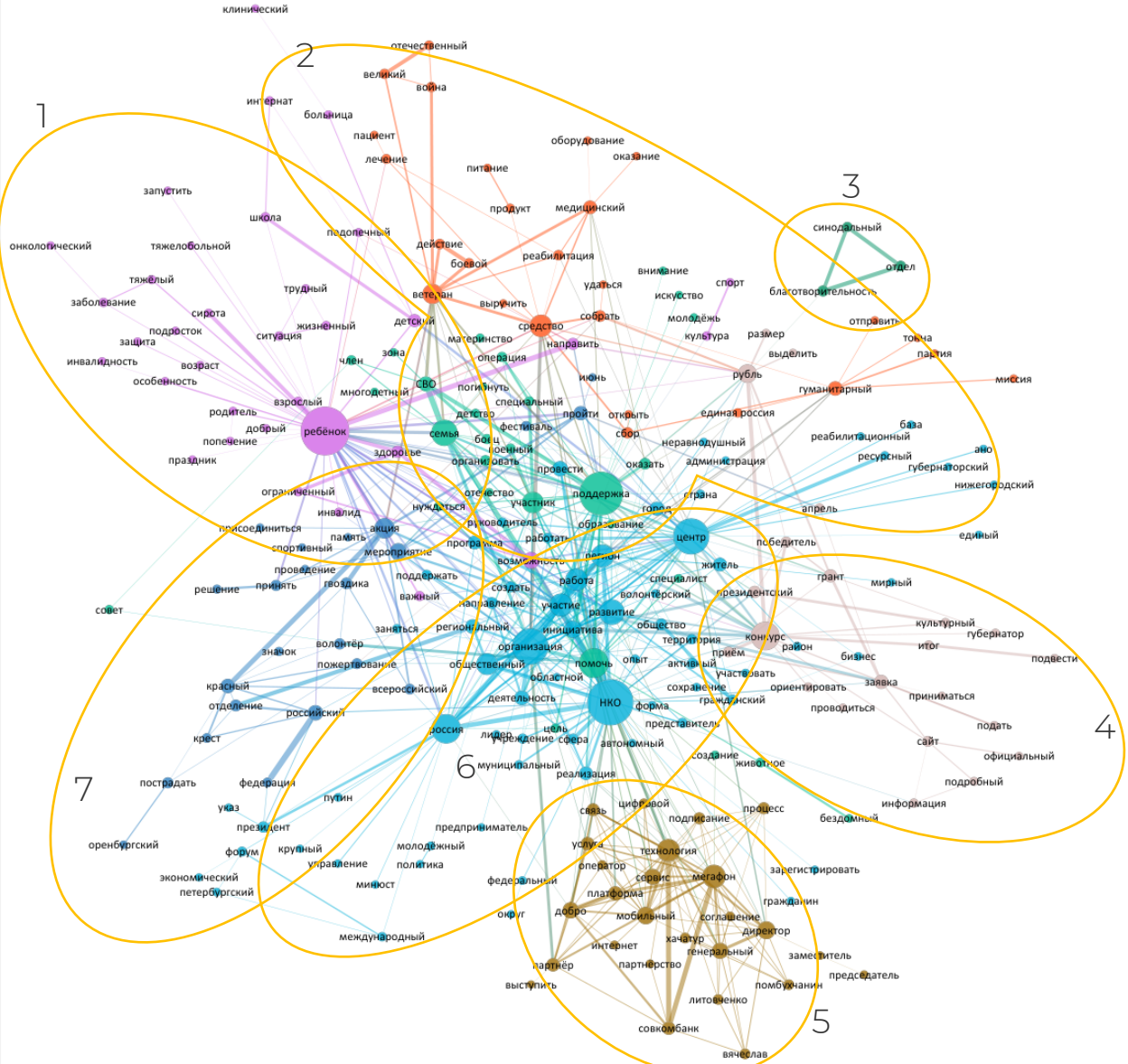


# Дерево смыслов. Сеть близости лексем по предложениям

Перейдя по [ссылке](#), вы можете более подробно рассмотреть дерево смыслов в высоком качестве и без аналитических отметок.

В результате формального анализа текстов публикаций было выделено **шесть основных кластеров** по содержанию:

1. Помощь детям;
2. Гуманитарная помощь жителям новых регионов, меры поддержки участникам СВО, их семей;
3. Церковная благотворительность;
4. Конкурсы и мероприятия для НКО;
5. Профессионализация сектора;
6. Институционализация сектора;
7. Наиболее заметные мероприятия сектора.



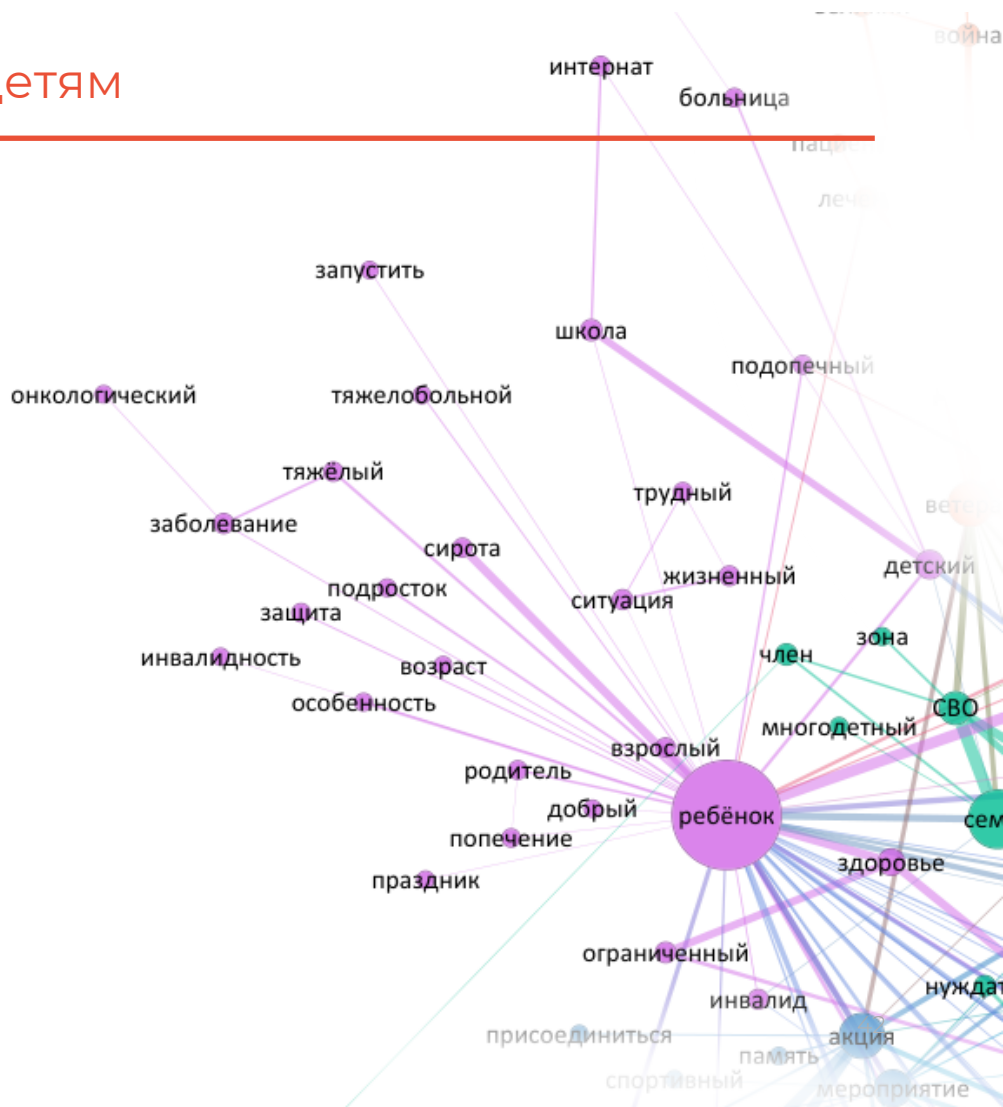
## Дерево смыслов 1: помощь детям

В этом году ярко выделился смысловой блок, касающийся помощи детям разных целевых групп.

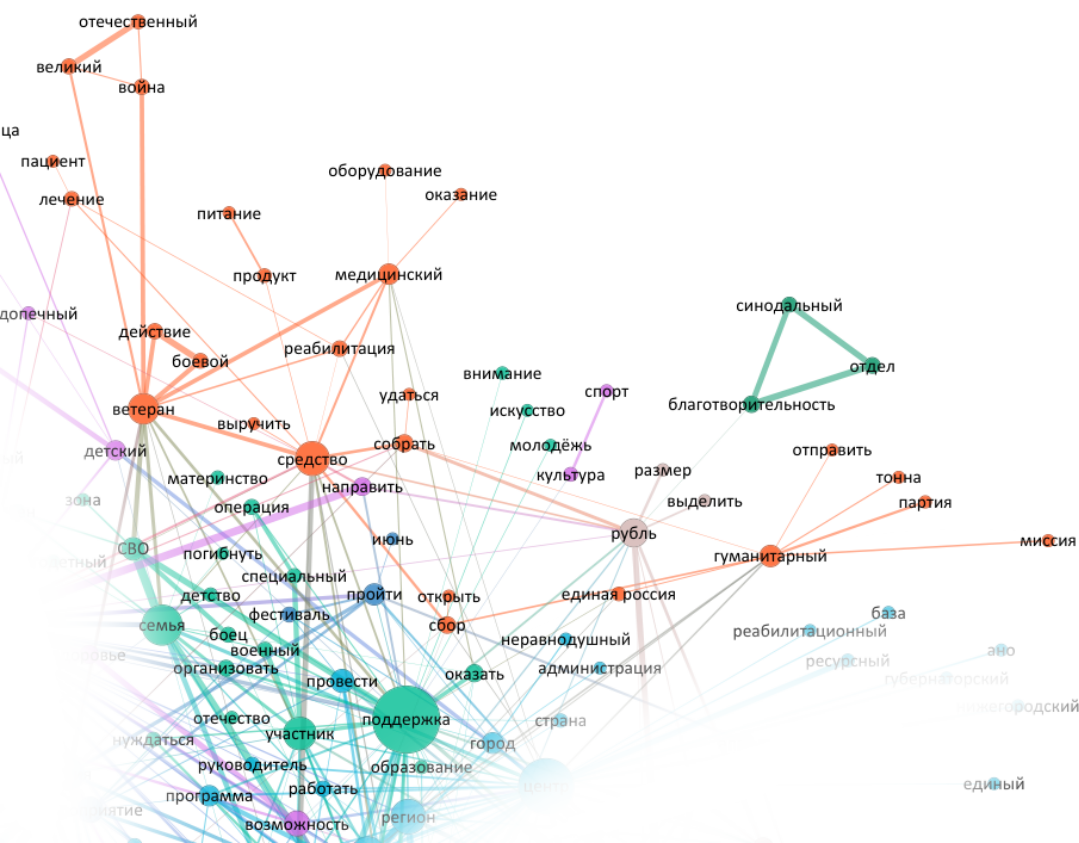
**Дети, страдающие серьезными заболеваниями** группа представлена такими узлами как «онкологический», «тяжелобольной», «заболевание», «инвалидность», «тяжелый» и другими. В целом, в теме помощи детям преобладают узлы, указывающие на медицинскую направленность помощи.

**Дети-сироты** – еще одна категория благополучателей, о которой часто пишут в СМИ в контексте оказания помощи. На это указывают узлы «интернат», «сирота», «попечение».

В означенном контексте упоминаются и **взрослые люди**: «взрослый», «родитель»



## Дерево смыслов 2: гуманитарная помощь жителям новых регионов и меры поддержки участникам СВО



Продолжает быть актуальной тема **помощи участникам боевых действий**, включающая в себя категорию гуманитарной помощи жителям Курской области, новых регионов и помощи ветеранам Великой Отечественной войны. В 2024 году тема освещается еще более разнообразно, чем в прошлом.

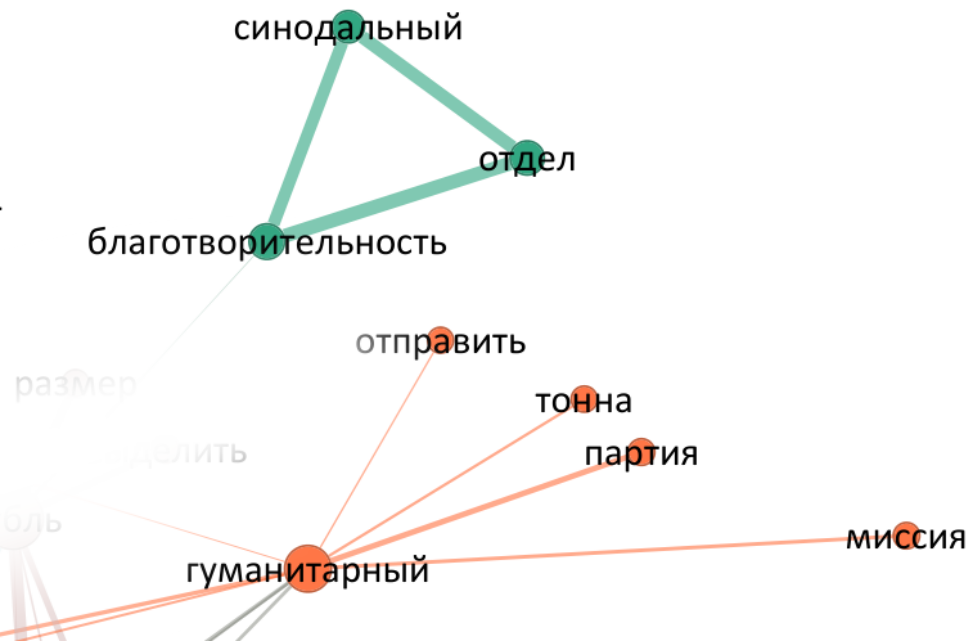
Оранжевая ветвь: реципиенты представлены узлами «ветеран», «боевой», «действие» (в этой комбинации речь о **ветеранах СВО**). В отношении этих реципиентов звучит **медицинская тема** («реабилитация») и **материальная помощь** («сбор», «собрать»)

Другая категория реципиентов – **ветераны Великой Отечественной войны** («ветеран», «великий», «отечественный», «война»), но эта группа составляет замкнутую смысловую единицу, указания на характер помощи отсутствуют.

Отдельная связка («сбор», «гуманитарный», «отправить», «тонна», «партия»), очевидна, отражает блок публикаций о **гуманитарной помощи** жителям Курской области и новых регионов.

Зеленая ветвь: параллельно тема включает в себя сообщения о государственной поддержке семей участников СВО («СВО», «семья», «поддержка» и др.).

## Дерево смыслов 3: церковная благотворительность

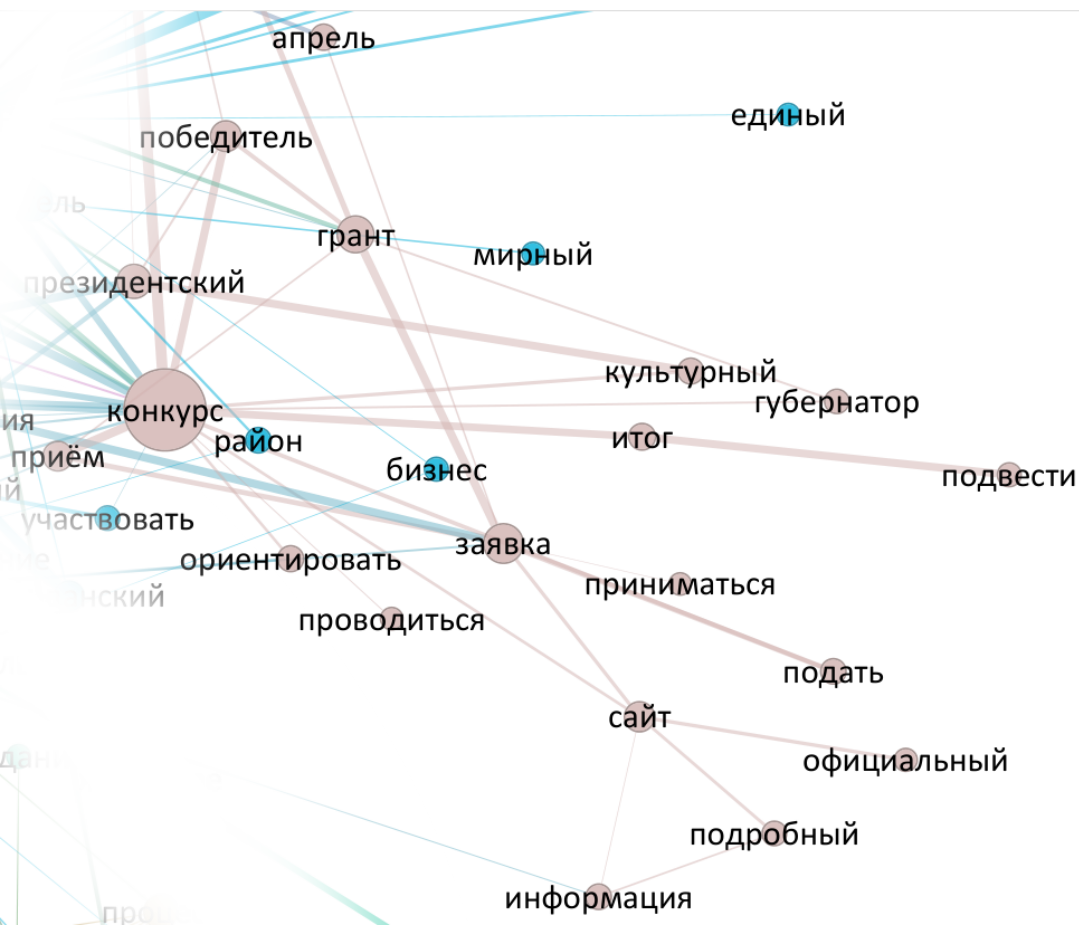


Независимую и замкнутую ветку дерева смыслов составляют узлы, связанные с церковной благотворительностью: «благотворительность», «синодальный», «отдел».

Обособление узлов от остальных означает, что тематика внутренне гомогенна, и что в ней используется ограниченный набор специфической лексики. Более того, размер узлов одинаков, что показывает одинаковую частоту упоминаний этих лексем в сообщениях, посвященных церковной благотворительности.

Интересно расположение ветки церковной благотворительности рядом с веткой гуманитарной помощи может указывать на содержание сообщений в этой тематике.

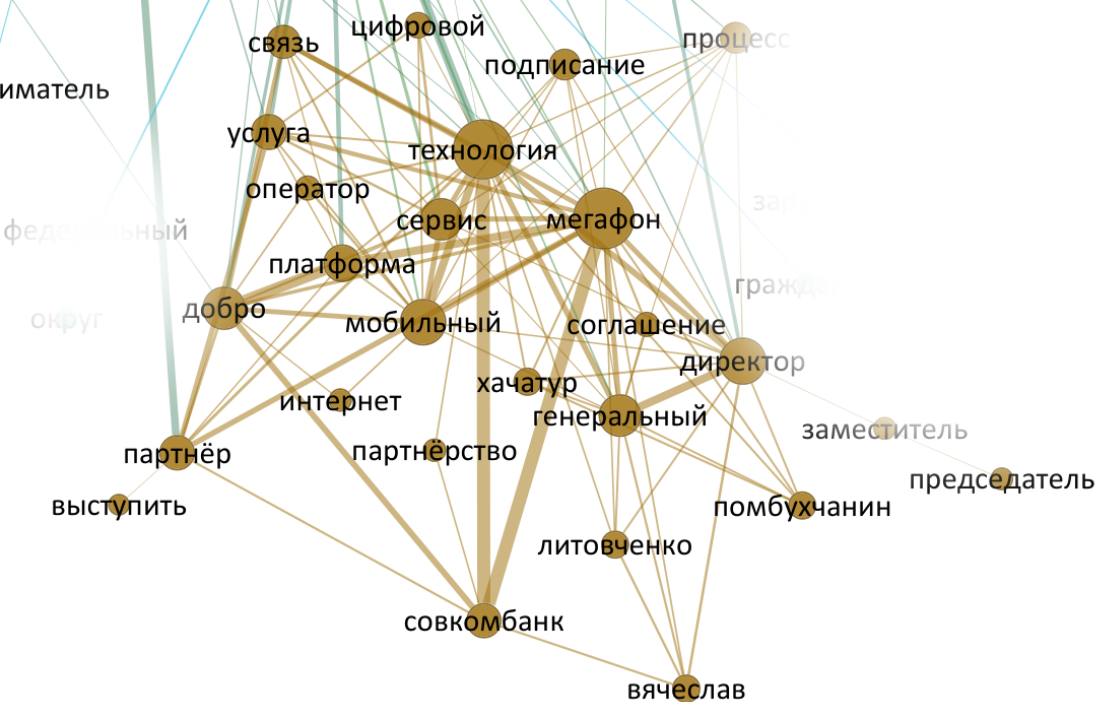
## Дерево смыслов 4: конкурсы и мероприятия для НКО



Существенная доля сообщений в СМИ по теме некоммерческой деятельности посвящена **поддержке некоммерческих организаций в формате конкурсов и грантов.**

Основным агентом в сообщениях этой темы является государство, на это указывают узлы «президентский» (речь о Фонде президентских грантов) и «губернатор».

Тема делится на два блока сообщений: анонсы конкурсов и мероприятий («информация», «подать», «приниматься», «проводиться», «сайт» и др.) и результаты мероприятий («подвести», «итог»).



## Дерево смыслов 5: цифровизация сектора

Впервые выделилась тематика **совместных проектов бизнеса и некоммерческих организаций в части развития цифровых технологий**.

Мегафон является ключевым агентом сообщений о сотрудничестве НКО и бизнеса («мегафон», «Помбухчан», «оператор»), упоминается также Совкомбанк («совкомбанк», «Литовченко»).

В сообщениях в СМИ взаимодействие бизнеса и НКО позиционируется как партнерские отношения («партнерство», «подписание», «соглашение») в части развития цифровых платформ и технологий, связанных с деятельностью НКО («цифровой», «технология», «сервис»).

Отметим, что эта тема практически не пересекается с другими ветвями дерева смыслов, что характеризует цифровизацию сектора как отдельный сюжет в публикациях в СМИ.

## Дерево смыслов 6: профессионализация сектора

Под профессионализацией сектора мы понимаем **позиционирование работы в НКО как профессии**, а также привлечению внимания властных институтов к деятельности НКО.

Эта ветвь наиболее тесно переплетена с остальными, поскольку посвящена ключевому агенту всей темы – некоммерческим организациям, их внутреннему функционированию и связями с внешними агентами.

Центром ветки является узел «Организация», от которого расходятся четыре основных направления: **формат и масштаб деятельности** некоммерческой организации («общественный», «областной», «региональный», «учреждение»), **содержание деятельности** («житель», «город», «страна», «территория», «цель», «сфера»), **роли участников** («специалист», «работа», «лидер», «представитель») и **государственное участие** («молодежный», «политика», «президент», «указ»)

[к содержанию](#)

## Дерево смыслов 7: наиболее заметные мероприятия сектора

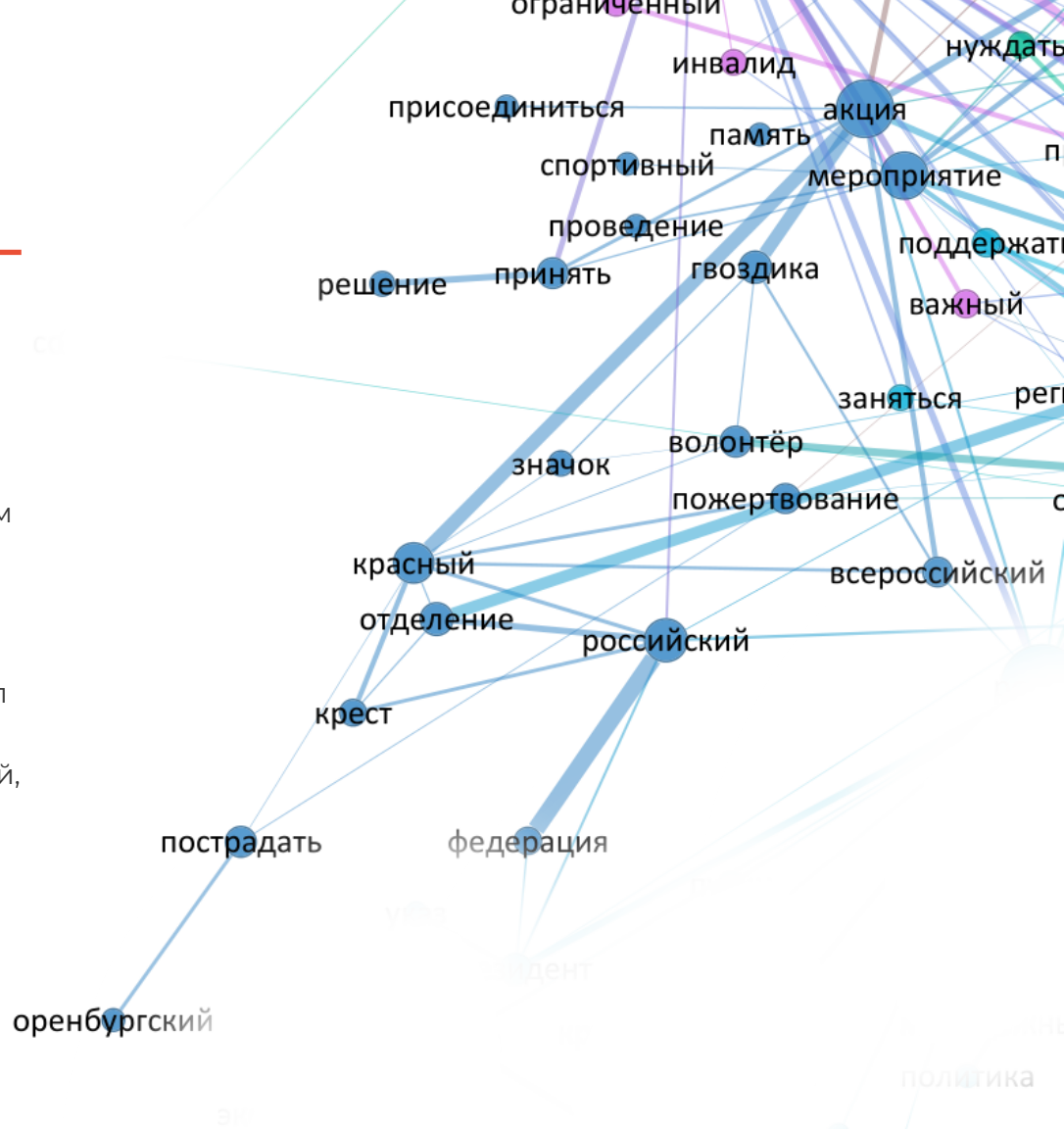
Некоторые акции и мероприятия упоминались в СМИ так часто, что образовали заметный смысловой кластер.

Среди таких акций наиболее заметна «Красная гвоздика».

В публикациях заметна деятельность Красного креста по помощи пострадавшим в результате наводнения в Оренбургской области.

Ядро кластера составляют акции и мероприятия: памятные, спортивные, направленные на поддержку разных групп благополучателей.

Эта ветвь дерева смысла переплетена с той, которая указывает на основных агентов сектора – тех, чьими силами реализуются означенные мероприятия.





## Ключевые выводы

---

Тема продолжает расширяться, наполняться новыми сюжетами – второй год подряд наблюдается увеличение количества смысловых кластеров в текстах публикаций в СМИ.

С одной стороны, остаются стабильные темы: **государственная поддержка некоммерческого сектора, деятельность основных агентов сектора, благотворительность в медицинской сфере, мероприятия и благотворительные активности**. Эти направления составляют постоянное смысловое ядро освещения темы в СМИ. С другой стороны, в этом году выделились новые смысловые кластеры – **профессионализация и цифровизация сектора**. Скорректировался кластер типичных благополучателей: стало меньше упоминаний помощи животным, тематика сконцентрировалась на помощи детям и тем, кто нуждается в медицинской помощи.

Хотя сообщений о поддержке участников СВО стало количественно меньше, внутренне тема заметно дифференцировалась. Теперь, помимо денежной помощи участникам СВО и их семьям, звучит сюжет реабилитации и оказания медицинской помощи, а в контексте гуманитарной помощи упоминаются не только жители новых регионов, но и Курской области. Как и в прошлом году, с тематикой СВО связано упоминание участия государства и политических партий.

## Раздел IV. Основные характеристики источников информации о некоммерческом секторе в социальных медиа

В настоящем разделе отчёта рассмотрим, в каких социальных медиа НКО присутствуют активнее всего, кто пишет о «третьем секторе», а также определим динамику и тональность упоминаний

# Методология исследования социальных медиа

---

Мониторинг методологически повторяет исследования [2023](#) и [2022 года](#). Поиск публикаций в социальных медиа в системе мониторинга «Медialogия» осуществлялся по ключевым словам:

*НКО, третий сектор, некоммерческая организация, благотворительный фонд, благотворительная организация, добровольческие объединения, ТОС, некоммерческий сектор*

**Хронологические рамки:** 1 марта – 30 июня 2024 года

**Генеральная совокупность:** 913 588 постов (без комментариев)

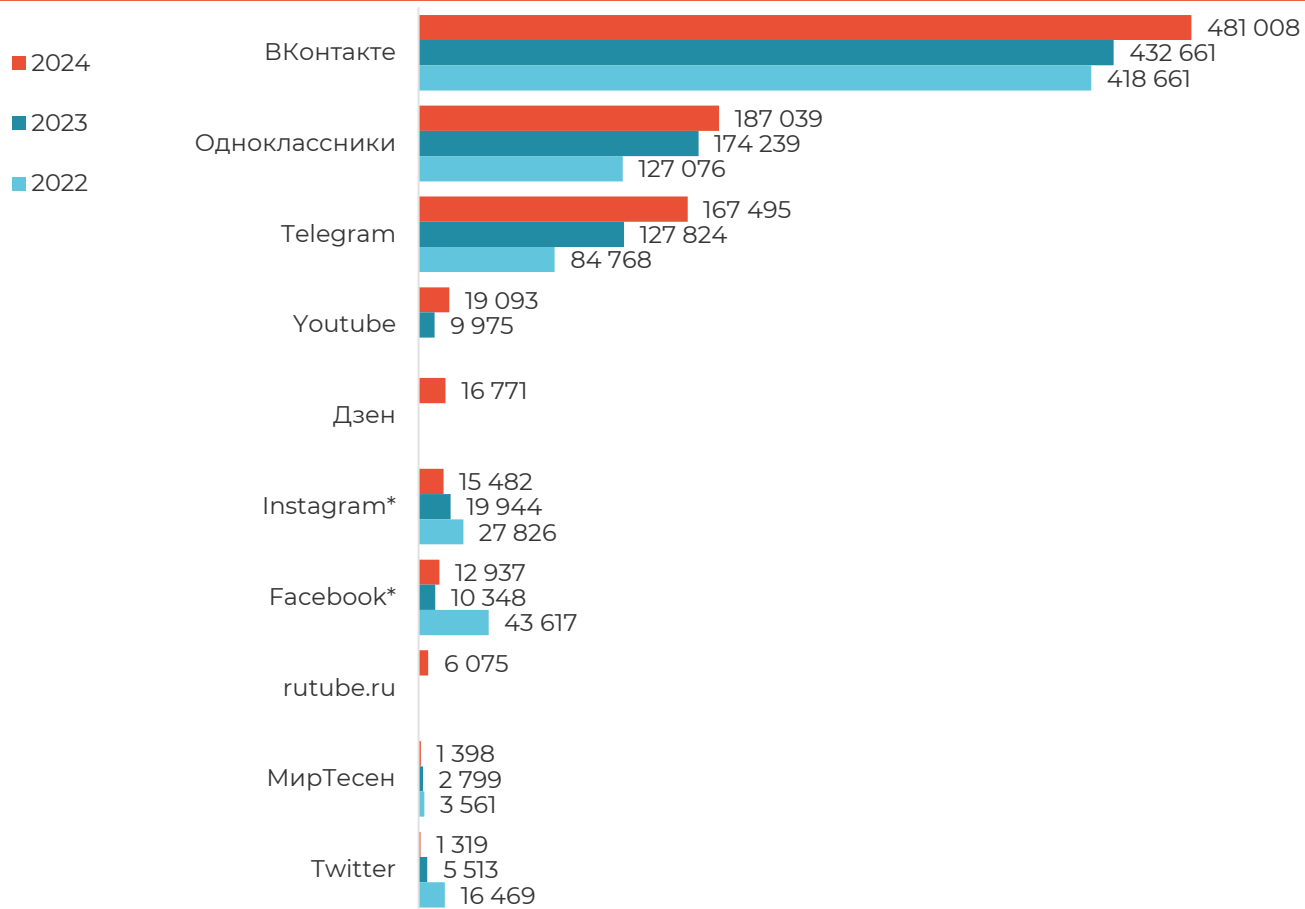
*\*поиск осуществлялся по всем словоформам*



**МЕДИАЛОГИЯ**

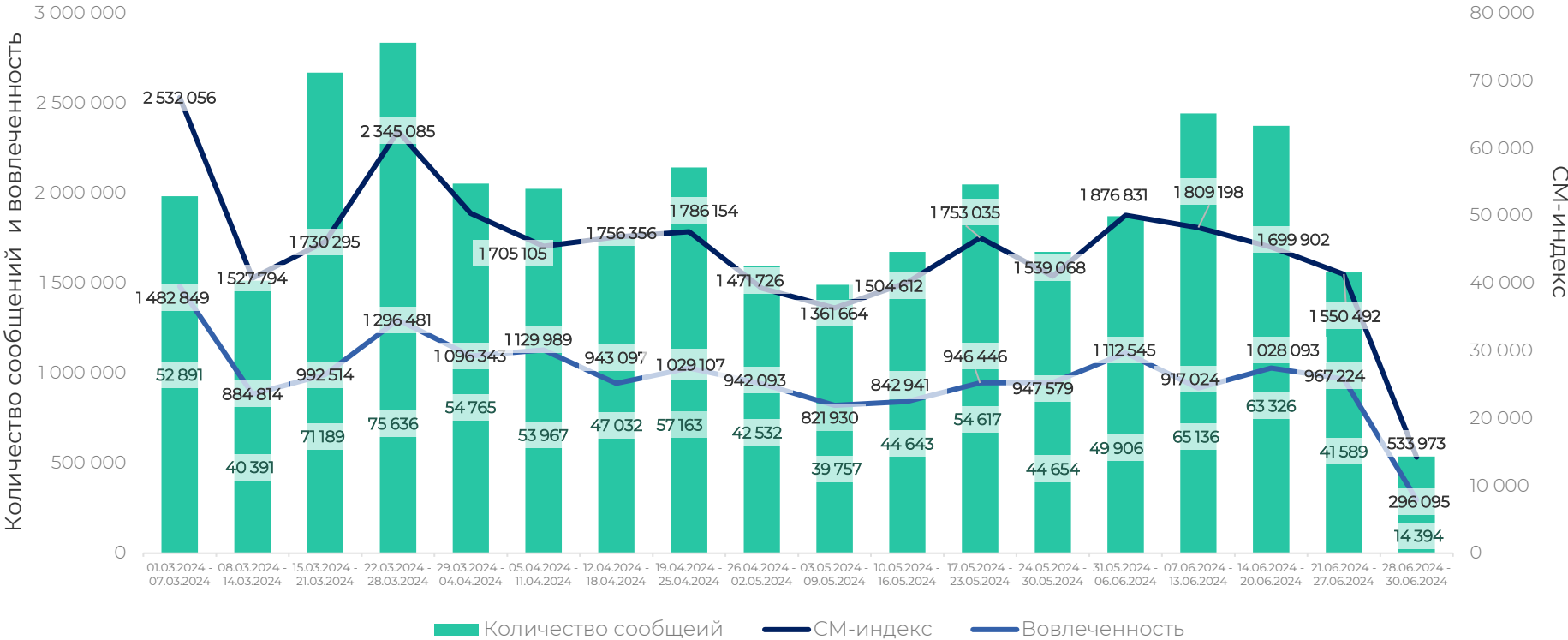
Примечание: Детальный ключевой запрос со стоп-словами может быть предоставлен по запросу.

## В каких социальных сетях пишут об НКО?



\* принадлежит компании Meta, деятельность которой запрещена на территории РФ.

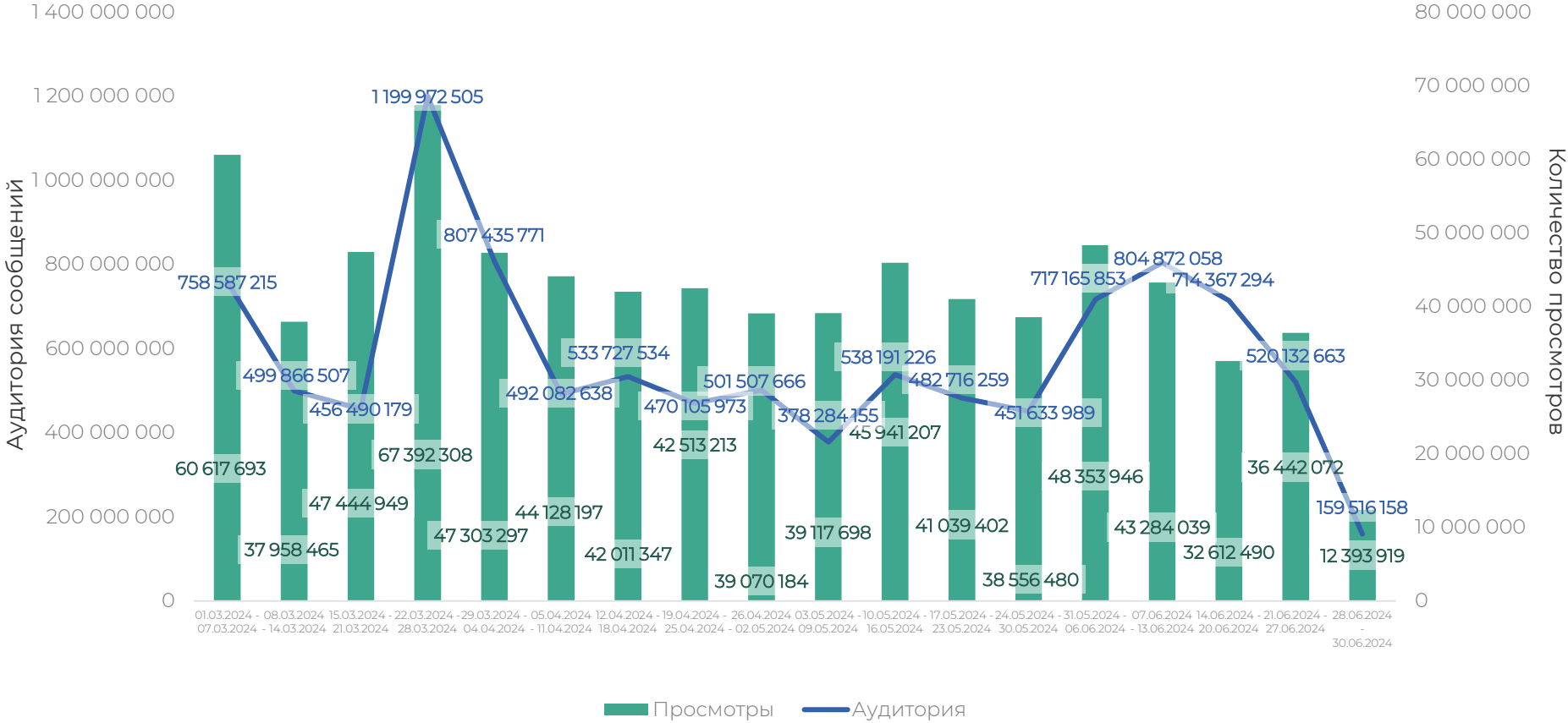
# Динамика активности по теме



**SM Индекс\*** – показатель качества упоминания в соцмедиа. Составляющие SM Индекса: влияние автора, опубликовавшего пост или комментарий и вовлеченность сообщения.

**Вовлеченность\*** – сумма лайков, репостов и комментариев упоминаний.

# Динамика аудитории темы



## Половозрастная структура авторов

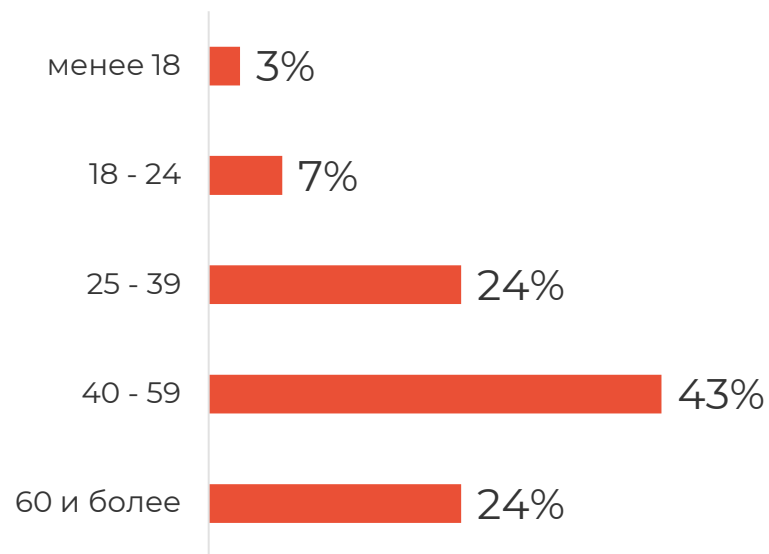
### Соотношение количества упоминаний по полу авторов

**66%** авторов - женщины  
на основе данных по полу  
у 33% авторов

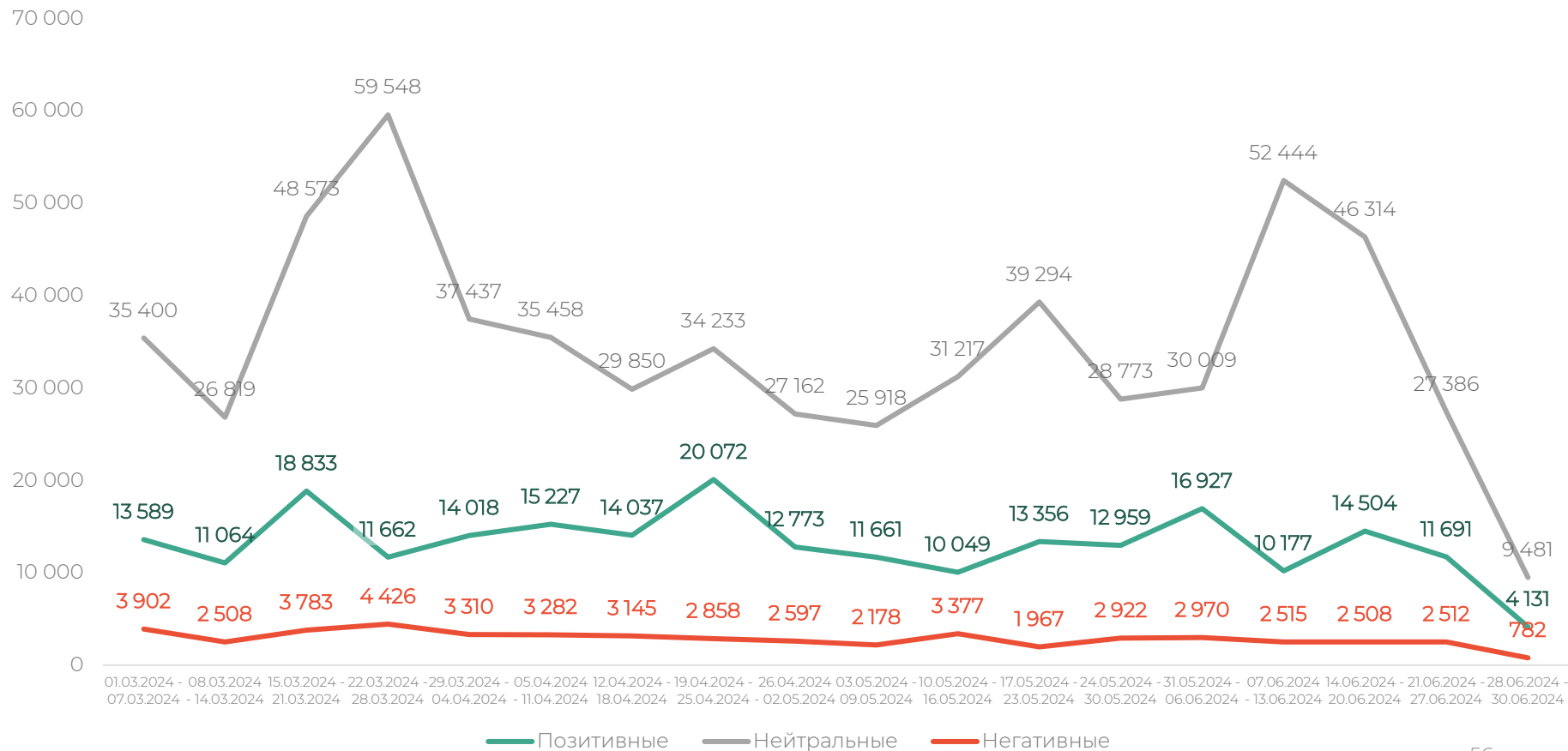


### Количество упоминаний по возрасту

на основе данных по возрасту у 21% авторов

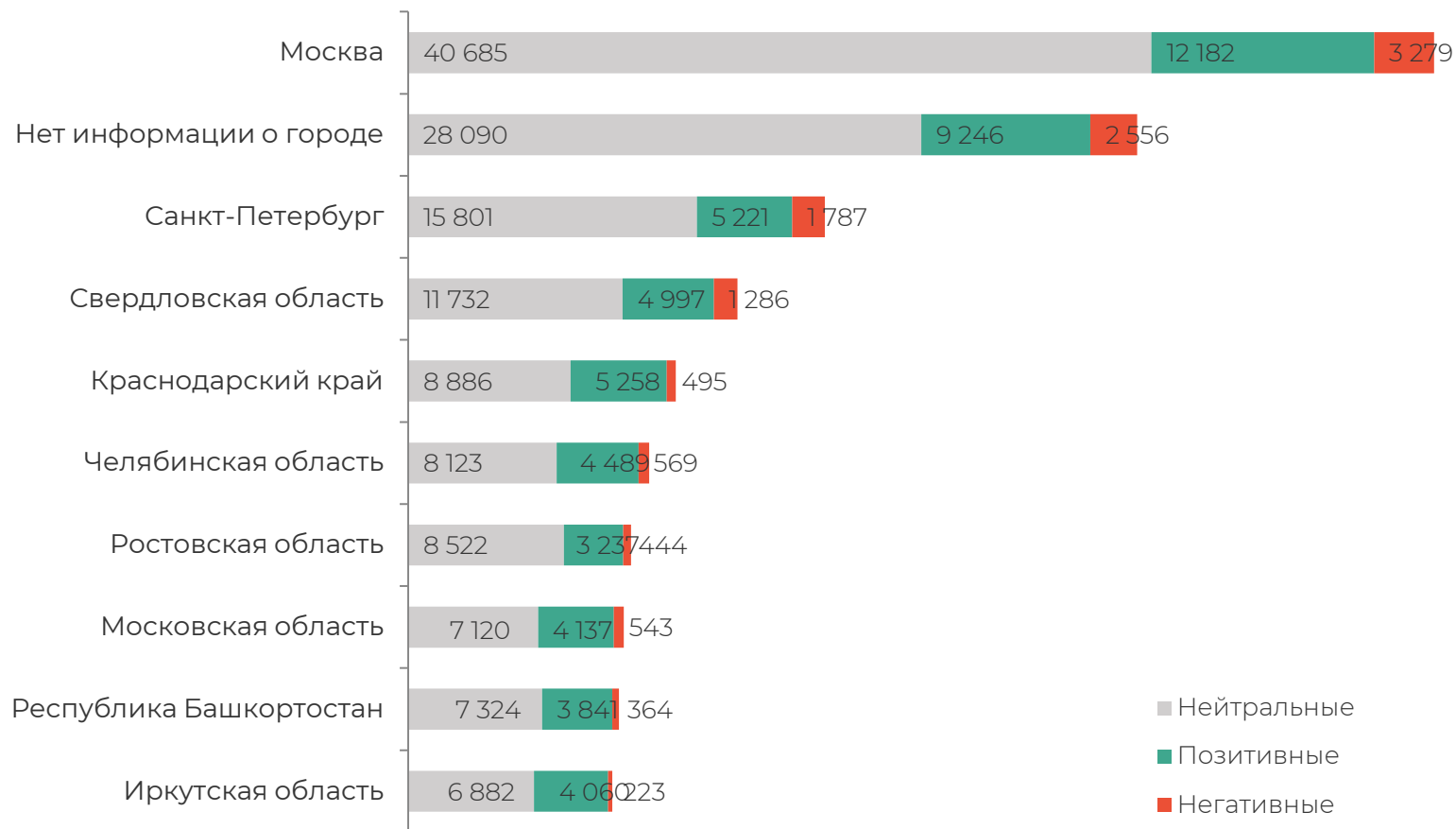


# Тональность упоминаний по времени





# В социальных сетях каких городов пишут об НКО наиболее активно?



## Топ-10\* сообществ НКО 2024

\* Рейтинг сформирован по показателю вовлеченности (сумме лайков, репостов и комментариев упоминаний)

№	Автор	Подписчики	Сообщения	Вовлеченность
1	★ <a href="#">БФ «Марафон добра»</a>	70 083	25	44 955
2	<a href="#">БФ «Сострадание НН»</a>	57 963	63	40 634
3	★ <a href="#">БФ «Помогать легко»</a>	71 352	177	34 448
4	<a href="#">БФ «Щенячий Ангел»</a>	6 700	10	21 606
5	<a href="#">БФ «Радость жизни» Новороссийск</a>	392	478	21 110
6	★ <a href="#">БФ «Алёша»</a>	142 929	15	21 015
7	★ <a href="#">Фонд президентских грантов</a>	179 345	78	15 600
8	<a href="#">БФ «Кусочек счастья для бездомной кошки»</a>	9 742	37	12 806
9	<a href="#">БФ «Что дальше?»</a>	459	49	10 101
10	<a href="#">НОБФ ПРИЮТ «Вера- Надежда-Любовь»</a>	48 142	16	9 261

Сообщество было в рейтинге в 2023 г.

## Выводы к разделу

---

**Рейтинг наиболее активных площадок сохранился:** главной социальной сетью НКО является **ВКонтакте (53%** всех упоминаний). Почти два раза меньше публикаций в **Одноклассниках (20%)**, затем следуют **Telegram (18%), Дзен (2%), Instagram\* (2%), YouTube (2%)**, и другие. Доля публикаций на Facebook\* и в Instagram\* почти не изменилась по сравнению с 2023 г. Впервые в рейтинг наиболее активных площадок вошли Дзен и Rutube, однако YouTube, несмотря на затруднение доступа, вошел в пятерку самых активных сервисов.

**По сравнению с прошлым годом социально-демографическая структура авторов постов об НКО не изменилась по сравнению с 2022 и 2023 годом.** Большинство авторов, которые пишут об НКО – женщины – 66%. Наиболее активные авторы о «третьем секторе» входят в возрастные группы старше 60. Группы от 40 до 60 и от 25 до 39 составляют паритет, являясь в равной степени активными. Менее активная часть населения входит в группу от 18 до 24 лет.

Наибольшая активность **фиксируется у авторов** и сообществ **из Москвы, Санкт-Петербурга и Екатеринбурга.**

*\*принадлежит компании Meta, деятельность которой запрещена на территории РФ.*

## Раздел V. Аналитика аккаунтов деловых СМИ в социальных медиа

В настоящем разделе представлена аналитика по социальным медиа в период с 1 сентября 2023 года по 31 августа 2024 года.

# Запрос: Деятельность НКО в аккаунтах в социальных медиа деловых СМИ

Ключевые слова:

(НКО | "третий сектор" | (некоммерческая /3 организация) | (благотворительный /3 фонд) | (благотворительная /3 организация) | (добровольческое /3 объединение) | "Территориальное общественное самоуправление" | (некоммерческий /3 сектор))

## Ключевые показатели:

тема относительно заметно представлена в российских деловых СМИ, было обнаружено **2 938 упоминаний** в период с 01.09.2023 по 31.08.2024 г.

- наибольшее количество сообщений было зафиксировано в марте 2024 г. – **371**
- больше всего сообщений по данной теме не относились к конкретному региону РФ – **1 537** за рассмотренный период
- наиболее сильная **публикационная активность** сконцентрирована на платформах **«ВКонтакте»** и **«Дзен»**
- наиболее часто об НКО писали **«Коммерсантъ»** (232 сообщения) и тематические каналы **«Forbes»**
- наиболее заметное событие по просмотрам – [рассказ «Forbes Life» о социальных проектах недели](#), а именно о поддержке людей с синдромом Дауна и уроках филантропии

## Кто публикует посты об НКО в соцмедиа?

№	Показатели	01.09.2023 - 31.08.2024
1	<b>Общее число публикаций</b>	2 938
2	<b>Аудитория</b> – потенциальное количество читателей сообщения	10 066 790
3	<b>Просмотры</b>	13 881 532
4	<b>Вовлеченность</b> – сумма лайков, комментариев и репостов	91 995

**547** авторов в соцмедиа

– те, кто выкладывает посты в аккаунтах в социальных сетях деловых СМИ. Ими могут быть как администраторы сообществ, так и отдельные пользователи соцмедиа.

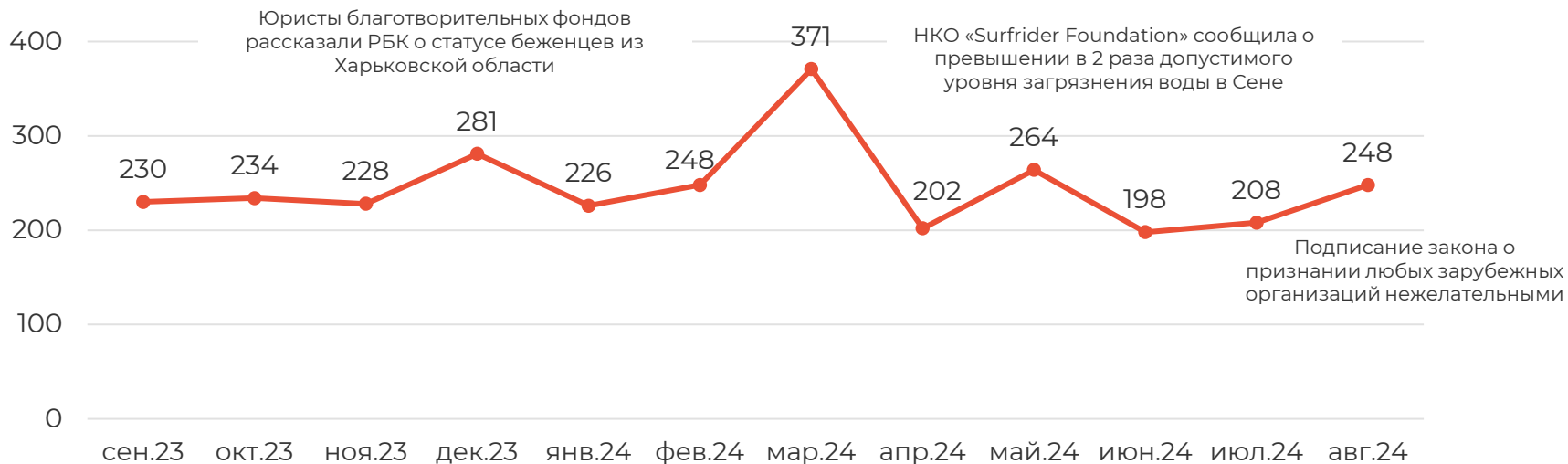
**72,9 %** авторов – **мужчины**  
 (на основании данных у 80,9% авторов)

**40,8%** авторов – **в возрасте от 25 до 39 лет**  
 (на основании данных у 53% авторов)

**68,4%** авторов – **с высшим образованием**  
 (на основании данных у 21,5% авторов)

# Деятельность НКО в аккаунтах в социальных медиа деловых СМИ России

## Годовая динамика количества публикаций



Наибольшее количество сообщений было зафиксировано в марте 2024 г. – 371.

В этом месяце **наиболее заметными событиями соцмедиа стали:**

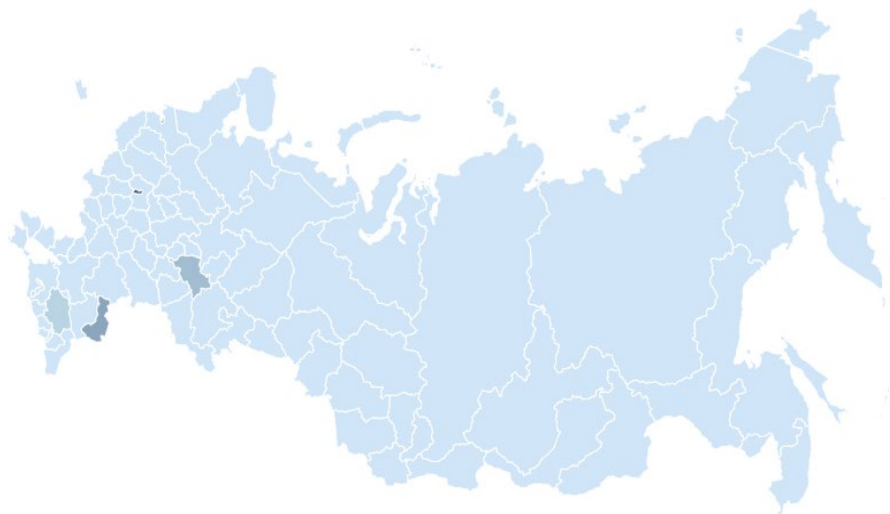
- признание благотворительного фонда «Нужна помощь»\* иностранным агентом ([Ведомости](#));
- вызов Линн Трейси в МИД России с целью предъявления требования «прекратить любое содействие» некоммерческим организациям, признанным в России нежелательными ([РБК](#));
- пост о роли благотворительных организаций как правозащитников «жертв террористических актов» ([Forbes Russia](#)).

Рисунок: динамика количества публикаций в соцмедиа по теме «Деятельность НКО в аккаунтах в социальных медиа деловых СМИ» в период с 01.09.2023 по 31.08.2024 г. по данным «Медиаалогии»

\* Внесен Минюстом в реестр иностранных агентов

# Деятельность НКО в аккаунтах в социальных медиа деловых СМИ России

Карта распространения упоминаний темы по регионам



Чем насыщенней оттенок, тем больше сообщений в аккаунтах деловых СМИ в соцмедиа

Регионы с наибольшим количеством упоминаний темы

№ Регион	Количество сообщений
1 Без региона	1 537
2 Москва	1 329
3 Санкт-Петербург	64
4 Астраханская область	6
5 Республика Татарстан	1
6 Ставропольский край	1

Рисунок: распределение упоминаний темы «Деятельность НКО в аккаунтах в социальных медиа деловых СМИ России» по регионам в период с 01.09.2023 по 31.08.2024 г. по данным «Медиалогии»



# Деятельность НКО в аккаунтах в социальных медиа деловых СМИ России

## Платформы публикационной активности по теме

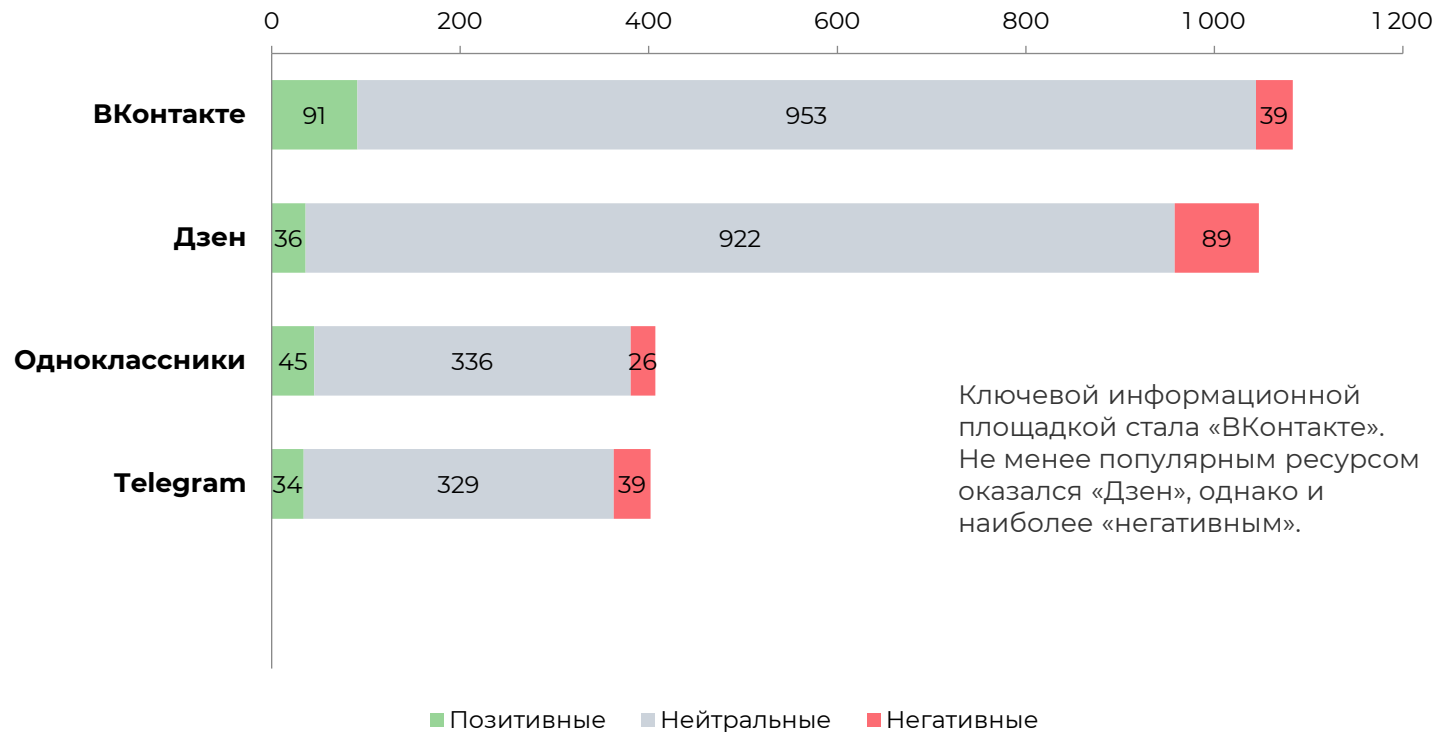


Рисунок: распределение количества сообщений по теме «Деятельность НКО в аккаунтах в социальных медиа деловых СМИ России» по площадкам, на которых публикуются посты.

# Деятельность НКО в аккаунтах в социальных медиа деловых СМИ России

## Примеры публикаций с нейтральной тональностью

РБК

цитата Фото: фонд «Подари жизнь»

«В связи со всей внешней повесткой люди начинают особенно остро нуждаться в созидании, ищут опоры и среду, где им по силам что-то изменить, поддержать тех, кому это важно и нужно»

**Екатерина Шергова**  
директор фонда «Подари жизнь»




РБК

Представители благотворительных фондов в беседе с РБК рассказали о сокращении пожертвований после ухода зарубежных компаний и платежных систем. Некоторые сообщили, что их фонды стали привлекать больше пожертвований в России, поскольку у российских компаний сформировалась культура корпоративной социальной ответственности. Удалось остановить и падение пожертвований от физических лиц, а также увеличить числа новых благотворителей.

[Ссылка](#) на публикацию.

Коммерсантъ

00:35 🔊 kommersant.ru



На видео — беженцы из Суджи и приграничных сел, которые стоят в очереди у офиса некоммерческой организации «Дом добрых дел», чтобы получить гуманитарную помощь. Туда же жители Курска привозят продукты и вещи для пострадавших соседей. Спецкор и фотокорреспондент «Ъ» находятся в регионе и следят за обстановкой.

Подписывайтесь на «Ъ» | Оставляйте «бусты»

👤 253 🙄 216 😊 75 👍 34 🤡 10 🔥 8 😞 6 🍌 2

👍 1

👁️ 113.2K 17:52

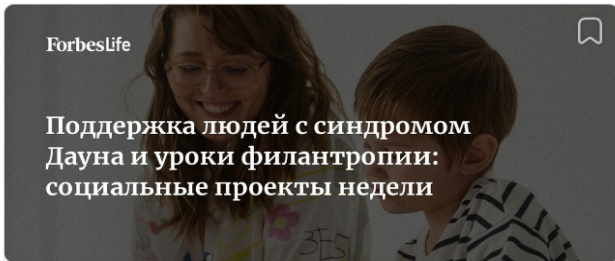
[Ссылка](#) на публикацию.

# Деятельность НКО в аккаунтах в социальных медиа деловых СМИ России

## Примеры публикаций с позитивной тональностью

**F Forbes** ✓  
23 мар в 11:18

Фонд Тимченко запускает конкурс проектов помощи кризисным семьям на малых территориях, «Сбер» открывает регистрацию на ежегодный «Зеленый марафон», а фонд «Синдром любви» запустил акцию «Особенное варенье» для поддержки детей с синдромом Дауна – Forbes Life рассказывает о новостях российских НКО, которые продолжают помогать тем, кто в этом нуждается, несмотря на трудности



ForbesLife

**Поддержка людей с синдромом Дауна и уроки филантропии: социальные проекты недели**

[www.forbes.ru](http://www.forbes.ru)

**Поддержка людей с синдромом Дауна и уроки филантропии: социальные проекты недели**

Перейти по ссылке

👍👎👏 59

👍 Нравится 6

👉 21

👁 2.6M

[Ссылка](#) на публикацию.

**РБК**



Владимир Путин **наградила** вдову Александра Солженицына и руководителя Русского благотворительного фонда его имени Наталью Солженицыну орденом «За заслуги перед Отечеством» III степени. Она удостоена награды за большой вклад в развитие культуры, активную благотворительную и общественную деятельность.

Неделю назад Солженицына отметила 85-летний юбилей.

👍 1341 🍷 302 🗣️ 237 👍 222 😊 80 🏆 58 🎉 29

😂 26 🤔 21 😬 9 🍌 8

👁 170.2K изменено 20:00

[Ссылка](#) на публикацию.

# Деятельность НКО в аккаунтах в социальных медиа деловых СМИ России

## Примеры публикаций с негативной тональностью

Коммерсантъ




фото: Роман Яровицкий/Коммерсантъ

«Если тебе больно и плохо, ты можешь, так же, как и все остальные, учиться в школе, ездить на общественном транспорте.»

В России нет доступной среды, тысячи людей с инвалидностью заперты в своих квартирах, не имея возможности выйти на улицу.

Учредитель благотворительного фонда «Дом с маяком» Лида Мониава проанализировала положение таких людей в Москве и Подмосковье и [рассказала спецкору «Ъ» Ольге Алленовой](#), о чем мечтают родители детей с инвалидностью, почему люди с ограниченными возможностями по-прежнему не могут вести полноценную социальную жизнь, каких социальных услуг не хватает людям с инвалидностью и почему эта проблема сегодня становится еще актуальнее.

[Ссылка](#) на публикацию.

РБК

Олег Тиньков заявил, что из-за признания его иноагентом будет закрыт благотворительный Фонд семьи Тиньковых.

*«Моя семья вынуждена сейчас закрыть благотворительный «Фонд семьи Тиньковых» и выйти из состава попечительского «Фонда Борьбы с Лейкемией», чтобы сохранить этот фонд», — заявил предприниматель.*

Минюст внес Тинькова в реестр иноагентов 16 февраля. Фонд семьи Тиньковых существует три года.

[t.me/rbc\\_news/89754](https://t.me/rbc_news/89754) 100.7K Feb 29 at 23:00

[Ссылка](#) на публикацию.



# Деятельность НКО в аккаунтах в социальных медиа деловых СМИ России

## ТОП-10 деловых СМИ по количеству постов по данной теме

Таблицы: 10 Аккаунтов в социальных сетях деловых СМИ с наибольшим количеством сообщений по теме по данным «Медиалогии» с 01.09.2023 по 31.08.2024 г.

№ СМИ	Количество сообщений	Аудитория (тыс.)	Вовлеченность (тыс.)
1 Коммерсантъ (Дзен)	232	424,7	12,3
2 Ведомости (Дзен)	206	171,4	8,8
3 РБК (Дзен)	155	<b>628,4</b>	5,5
4 Forbes Russia (Дзен)	151	202,7	0,3
5 Forbes (ВКонтакте)	137	<b>1 048, 5</b>	2,7
6 Forbes Russia (Одноклассники)	130	177,8	0,3
7 Forbes Life (Telegram)	89	16,1	1
8 Forbes Life (ВКонтакте)	86	18,6	0,1
9 Inc.Russia (Дзен)	73	52,7	0,5
10 Ведомости (Telegram)	60	63	2,7

→ сумма лайков, комментариев и репостов публикаций по теме.

Хотя большинство публикаций было размещено в сообществах «ВКонтакте», **наиболее популярными** по активности пользователей оказались посты, опубликованные на **«Дзене»**.

В целом деятельность НКО освещалась **крупными деловыми СМИ** (Коммерсантъ, Ведомости, РБК, Forbes и т.д.), реже нишевыми профильными изданиями (Inc., ЖИЗА, Т-Ж и др.).

# Деятельность НКО в аккаунтах в социальных медиа деловых СМИ России

10 наиболее заметных событий по вовлеченности пользователей, тыс.



Рисунок: упоминаемые события в порядке убывания вовлеченности пользователей (суммы лайков, комментариев, репостов) по данным «Медиалогии»

\* Внесен Минюстом в реестр иностранных агентов



# Деятельность НКО в аккаунтах в социальных медиа деловых СМИ России

10 наиболее заметных событий по просмотрам пользователями, тыс.



Рисунок: упоминаемые события в порядке убывания просмотров пользователями по данным «Медиалогии»



# Деятельность НКО в аккаунтах в социальных медиа деловых СМИ России

## 10 наиболее заметных событий по СМ-индексу



Рисунок: упоминаемые события в порядке убывания СМ-индекса (все упоминания «бренда» на всех платформах и для каждого упоминания взвешивается влияние площадки и вовлеченность конкретного сообщения) по данным «Медиалогии»

\* Внесен Минюстом в реестр иностранных агентов



# Контакты



Анастасия  
Сапонова,  
заместитель руководителя

 [saponova@zircon.ru](mailto:saponova@zircon.ru)

## Исследовательская группа «ЦИРКОН»

+7 (495) 621-3415, +7 (495) 628-5167

 [info@zircon.ru](mailto:info@zircon.ru)

 [post@zircon.ru](mailto:post@zircon.ru)

109028, Россия, Москва, ул. Солянка, д.3, стр.1

 <http://zircon.group/>

