



Агентство социальной информации



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ
ФОНД ВЛАДИМИРА
ПОТАНИНА

ЭФФЕКТИВНАЯ ФИЛАНТРОПИЯ



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

Презентация результатов исследования

Октябрь 2022

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

Содержание

- [Методология исследования](#) (слайды 3-4)
- [Раздел I. Основные характеристики источников информации о некоммерческом секторе в СМИ](#) (слайды 5-12)
- [Раздел II. Особенности информационной повестки некоммерческого сектора в СМИ](#) (слайды 13-28)
- [Раздел III. Результаты формального \(автоматизированного\) анализа текстов СМИ](#) (слайды 29-35)
- [Раздел IV. Результаты тематического моделирования: выделение основных тем публикаций СМИ](#) (слайды 36-41)
- [Раздел V. Основные характеристики источников информации о некоммерческом секторе в социальных сетях](#) (слайды 42-50)
- [Раздел VI. Особенности информационной повестки некоммерческого сектора в социальных сетях](#) (слайды 51-59)
- [Контакты](#) (слайд 60)

Методология исследования СМИ

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

«"нко*" | "благотворительность*" | "некоммерческ* организац*" | "благотворительн* фонд*" | ("пожертвован*" AND NOT "храм*" AND NOT "ржевск*") | "благотворительн* организац*" | "добровольческ* объединен*" | "ТОС" | "некоммерческ* сектор*" | "Гринпис*" | "Greenpeace»

Метод анализа текстов – контент-анализ



Хронологические рамки: 1 марта – 30 июня 2022 года

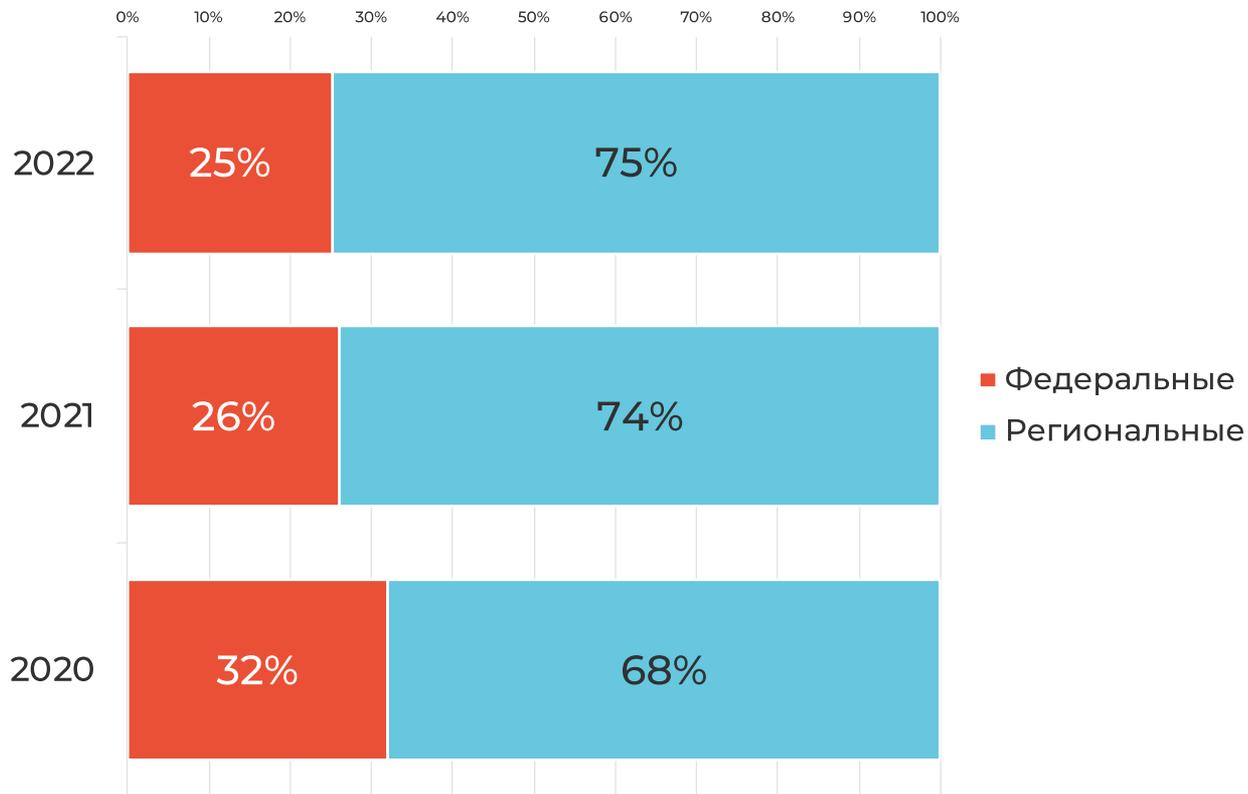
Предварительный этап. Чистка сообщений и формирование выборки сообщений СМИ



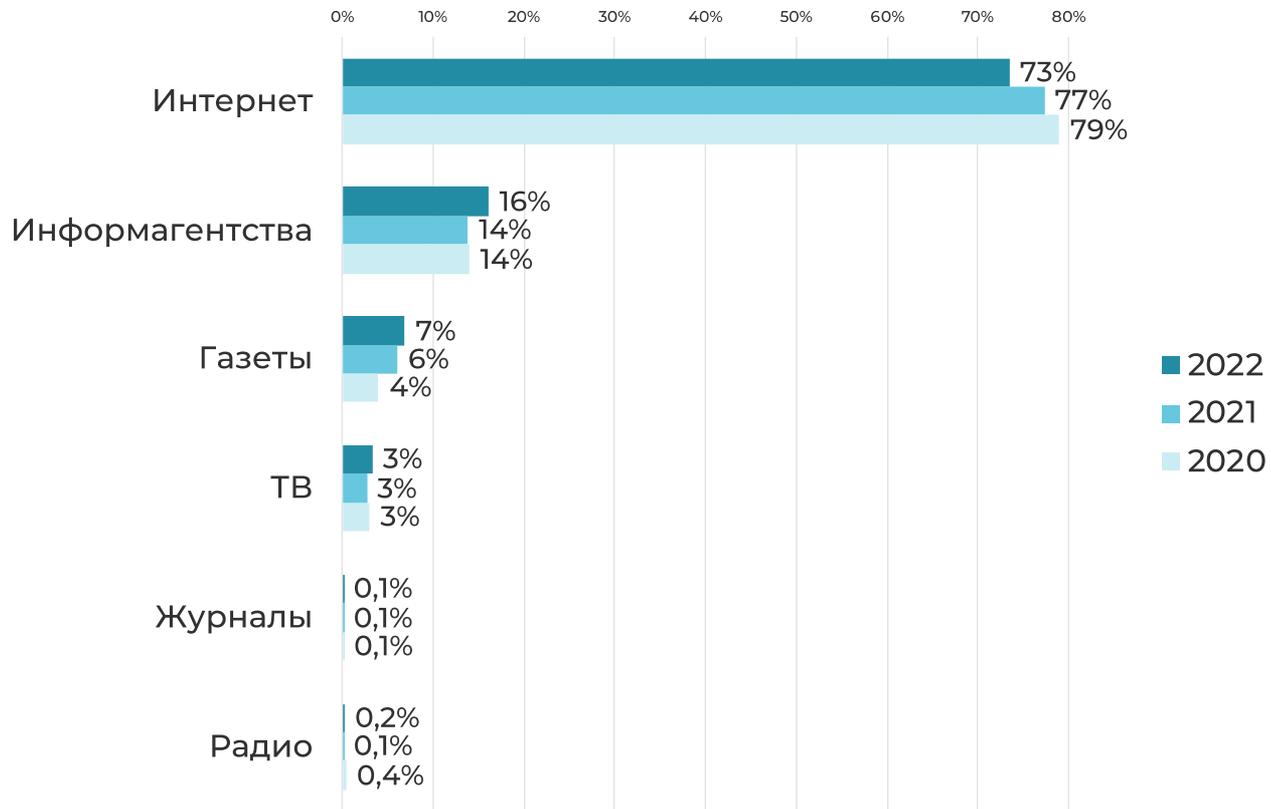
Раздел I. Основные характеристики источников информации о некоммерческом секторе в СМИ

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

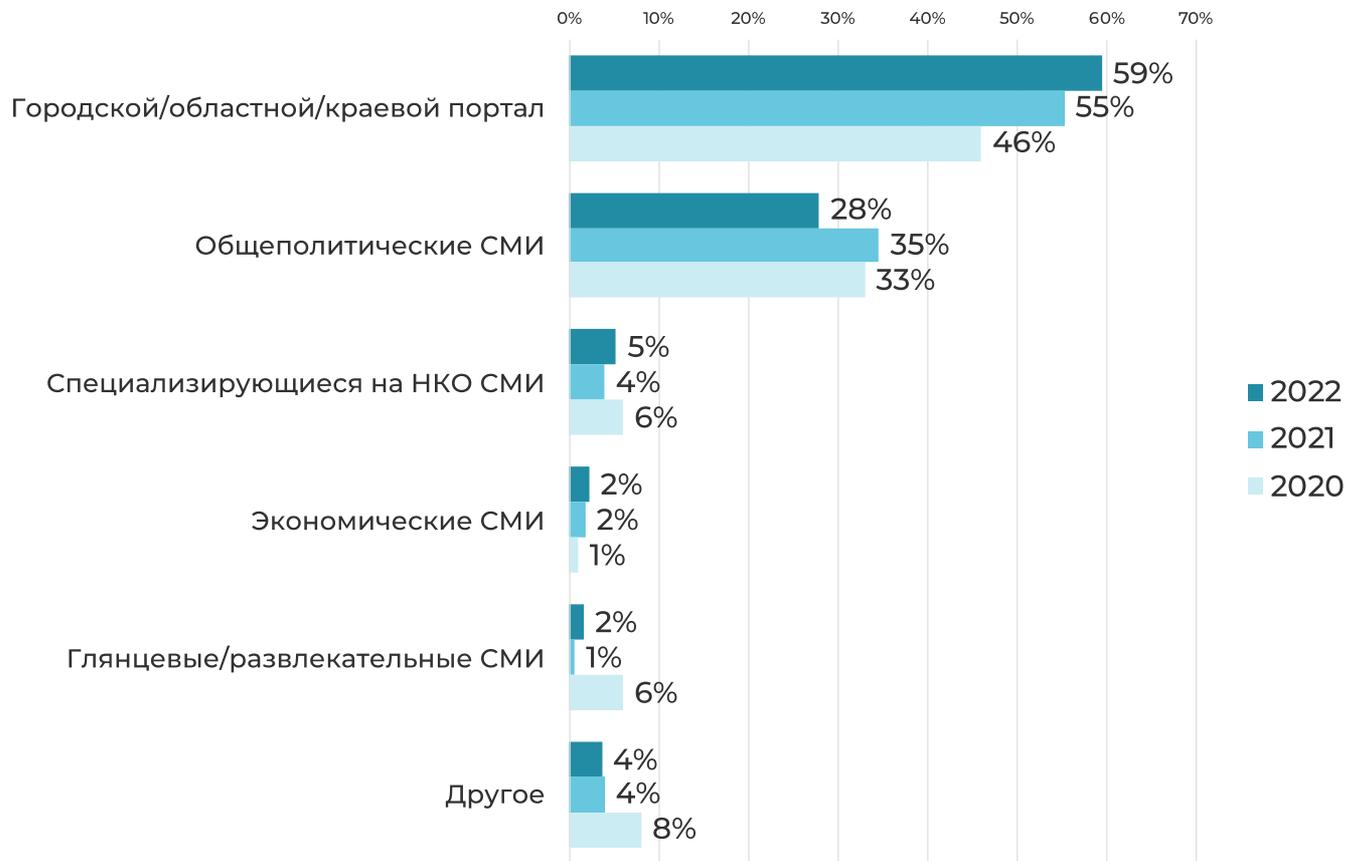
Какие СМИ пишут об НКО?



Какие СМИ пишут об НКО?



Какие СМИ пишут об НКО?



Основные источники информации о «третьем секторе»

2022

| № | Наименование СМИ | Кол-во сообщений | Категория СМИ | Город | Уровень СМИ |
|---|--|------------------|---------------|--------|-------------|
| 1 | ТАСС ★ | 4618 | Информagenta | Москва | Федеральный |
| 2 | РИА Новости ★ | 3728 | Информagenta | Москва | Федеральный |
| 3 | Царьград (tsargrad.tv) | 3081 | Интернет | Москва | Федеральный |
| 4 | Агентство социальной информации (asi.org.ru) ★ | 1488 | Информagenta | Москва | Федеральный |
| 5 | ИА Красная весна (rossaprimavera.ru) | 802 | Интернет | Москва | Федеральный |
| 6 | ИА Regnum | 730 | Информagenta | Москва | Федеральный |
| 8 | Газета.Ru | 550 | Интернет | Москва | Федеральный |

2021

| | | | | | |
|---|--|------|--------------|--------|--------------|
| 1 | ТАСС | 4192 | Информagenta | Москва | Федеральный |
| 2 | РИА Новости | 2941 | Информagenta | Москва | Федеральный |
| 3 | Агентство социальной информации (asi.org.ru) | 1972 | Информagenta | Москва | Федеральный |
| 4 | ГТРК Калмыкия | 1704 | ТВ | Элиста | Региональный |
| 5 | РИА ФАН (riafan.ru) | 984 | Информagenta | Москва | Федеральный |
| 6 | ИА Regnum | 877 | Информagenta | Москва | Федеральный |
| 8 | Телеканал Дождь (tvrain.ru)* | 694 | Интернет | Москва | Федеральный |

★ СМИ, который входили в топ рейтинга в 2020-2021.

* Внесен в реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента.

В каких регионах СМИ были наиболее активны?

1/3

публикаций о некоммерческом секторе приходится на федеральные и московские СМИ

10 медиа-активных регионов

| № | Регион | 2022 | 2021 | 2020 |
|----|-------------------------|------|------|--------|
| 1 | Московская область | 5% | 4% | 3% |
| 2 | Нижегородская область | 4% | 3% | 3% |
| 3 | Санкт-Петербург | 3% | 3% | 5% |
| 4 | Краснодарский край | 2% | 1% | 2% |
| 5 | Свердловская область | 2% | 2% | 4% |
| 6 | Республика Татарстан | 2% | 1% | 2% |
| 7 | Иркутская область | 2% | 2% | 1% |
| 8 | Тверская область | 2% | 2% | 1% |
| 9 | Республика Башкортостан | 2% | 2% | 1% |
| 10 | Тульская область | 2% | 2% | 0,003% |

10 медиа-пассивных регионов

| № | Регион | 2022 | 2021 | 2020 |
|----|-----------------------------------|--------------|--------------|-------------|
| 76 | Севастополь | 0,2% | 0,3% | 0,5% |
| 77 | Амурская область | 0,2% | 0,2% | 0,5% |
| 78 | Астраханская область | 0,2% | 0,3% | 0,1% |
| 79 | Республика Алтай | 0,2% | 0,03% | 0,8% |
| 80 | Ненецкий автономный округ | 0,2% | 0,1% | 0% |
| 81 | Республика Карачаево-Черкесия | 0,2% | 0,2% | 0,5% |
| 82 | Чукотский автономный округ | 0,1% | 0,03% | 0,3% |
| 83 | Республика Ингушетия | 0,1% | 0,1% | 0,1% |
| 84 | Республика Калмыкия | 0,1% | 0,5% | 0,3% |
| 85 | Республика Адыгея | 0,03% | 0,2% | 0,1% |

Жирным выделены те регионы, которые вошли в рейтинг медиа-активных / медиа-пассивных регионов в 2021-22 годах.

Авторы

Жирным выделены журналисты, которые специализируются на некоммерческой тематике.

| № | Автор | СМИ | Количество сообщений |
|----|------------------------|---|----------------------|
| 1 | Кузнецова Ирина ★ | РИА Время Н (vremyan.ru) | 744 |
| 2 | Загвоздин Виктор | Царьград (rostov.tsargrad.tv) | 194 |
| 3 | Агафонов Илья | Милосердие (miloserdie.ru) | 140 |
| 4 | Чернышева Оксана ★ | Добро.Журнал (dobro.press) | 110 |
| 5 | Разбирин Сергей | Филантроп (philanthropy.ru) | 83 |
| 6 | Мамиконян Ольга | Forbes.ru | 57 |
| 7 | Кузнецов Илья ★ | Рязанские ведомости (rv-ryazan.ru) | 45 |
| 8 | Совина Марина | Lenta.Ru | 45 |
| 9 | Жилова Анна ★ | Екатеринбург Он-лайн (e1.ru) | 43 |
| 10 | Алмазова Елена | Агентство социальной информации (asi.org.ru) | 44 |

★ Журналисты, которые были отмечены в 2021 году.

Выводы к разделу

1%

публикаций о некоммерческом секторе связан с пандемией коронавируса

Присутствие некоммерческого сектора в федеральных медиа остаётся на уровне 2021-2020 годов (25% VS 26% и 32% в 2021 и 2020 годах соответственно). Так, основная доля сообщений всё также приходится на региональные медиа.

Главная повестка этого года – специальная военная операция, с ней связана одна пятая часть публикаций о «третьем секторе» (19%). Основными источниками информации о некоммерческих организациях остаются РИА-Новости, ТАСС и АСИ. Попадание в топ-СМИ таких источников как телеканал Царьград, ИА Красная весна и Газета.Ru связано с активным освещением гуманитарной помощи Донбассу.

19%

публикаций о некоммерческом секторе связаны со специальной военной операцией

Часть авторов, активно писавших о некоммерческих организациях в прошлом году, можно отметить и в 2022 году (например, Оксана Чернышева, Анна Жилова).

В целом, **интерес отдельных региональных медиа остаётся устойчивым на протяжении 3-х лет мониторинга** – в качестве наиболее внимательных к некоммерческому сектору регионов вновь можно отметить Санкт-Петербург, Московскую, Нижегородскую и Свердловскую области.

Слабый интерес к некоммерческой тематике по-прежнему наблюдается в некоторых кавказских республиках (Ингушетия, Адыгея) и **регионах Арктики и Дальнего Востока** (Ненецкий автономный округ, Чукотский автономный округ, Амурская область).

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».

** Организация внесена в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента.

Комментарий

Информационная повестка, связанная с иностранными агентами, которая была заметна и ранее, в этом году получила наибольший резонанс.

8 из 10 наиболее заметных событий оказались связаны с законом об иностранных агентах и его правоприменительной практикой.

Самым резонансным событием стал отъезд из России Чулпан Хаматовой (учредителя благотворительного фонда «Подари жизнь»).

События и информационные поводы, которые касаются непосредственной деятельности сектора, по-прежнему остаются менее заметными.

Единственным таким событием оказался анонс от Фонда президентских грантов о выделении почти 4-х миллиардов рублей на гранты некоммерческим организациям.

Основными источниками вышеуказанных информационных поводов были «Коммерсантъ» и «ТАСС».

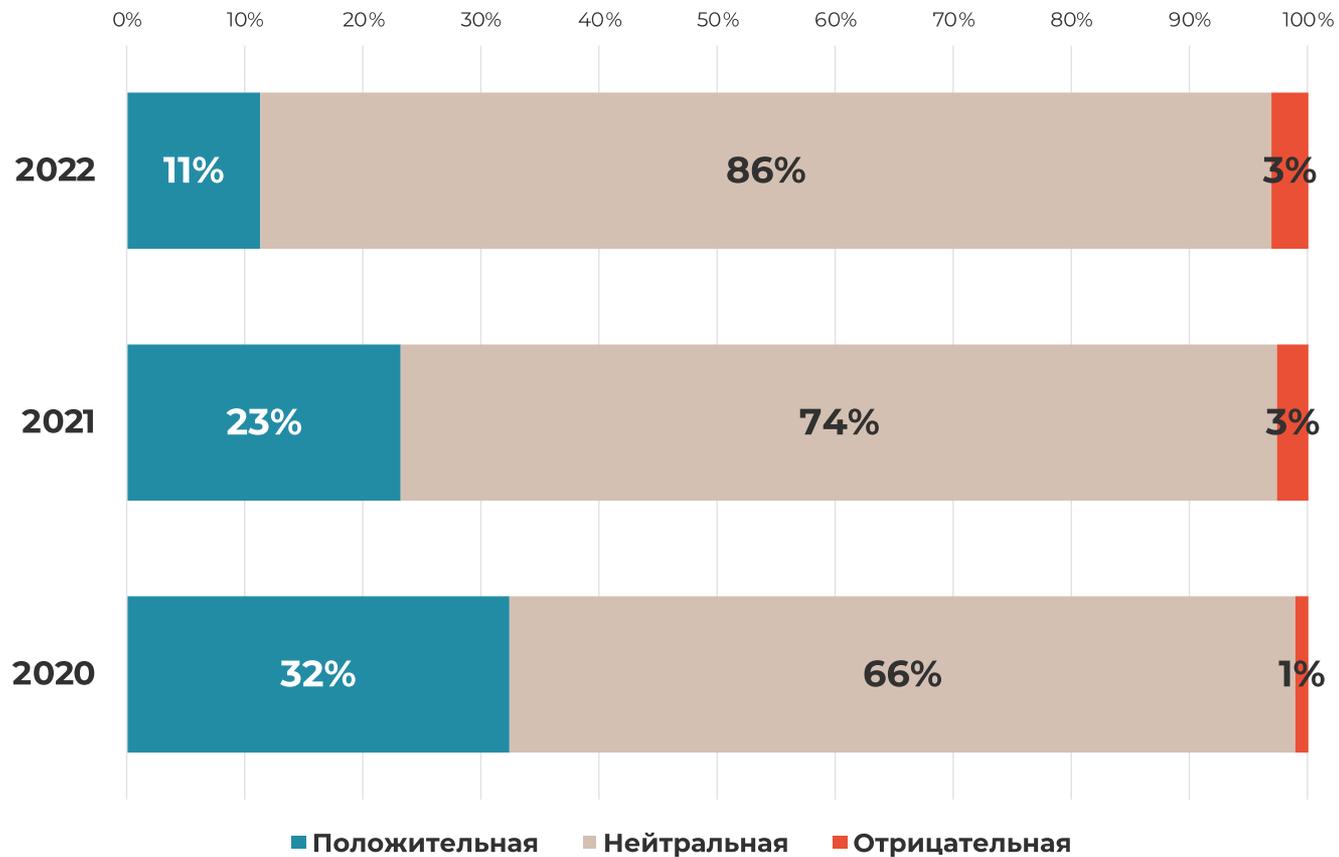
Отметим при этом, что **общая доля сообщений об иностранных агентах не так значительна в общем информационном потоке** (порядка 3%). Однако именно эта тема имеет наибольший потенциал быть замеченной аудиторией благодаря, в том числе, и позиционированию её в СМИ (публикации материалов на главной странице, цитированию и т.д.).

Тренд на эскалацию негативных информационных сообщений неоднократно отмечался и в прошлые годы мониторинга.

Для справки

Заметность сообщения – это кумулятивный параметр, который учитывает «рекламный эквивалент» публикации в зависимости от номера полосы, объема сообщения, а также тиража, посещаемости.

Тональность сообщений



Основной информационный повод



* 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

Различные события (акции, марафоны, концерты) остаются основным видом деятельности некоммерческих организаций, который представлен в СМИ (89%).

11 июня, 17:31



Сергей Моня и Светлана Абросимова сыграли в благотворительном матче в поддержку детей с ДЦП из Донбасса

Теги [Сергей Моня](#) | [Светлана Абросимова](#) | [Баскет Холл Москва](#) | [Александр Карелин](#) | [Благотворительность](#) | [Азат Кадыров](#) | [Гоша Куценко](#) | [Баскетбол](#)

▶ [Сергей Моня и Светлана Абросимова сыграли в благотворительно...](#) 1x 00:00 01:09

В Москве состоялся благотворительный баскетбольный матч «Шаг вместе» с участием известных спортсменов и звезд шоу-бизнеса.

В матче сыграли известные баскетболисты – чемпион Европы (2007) [Сергей Моня](#), призер Олимпийских игр (2008) [Светлана Абросимова](#) и двукратный победитель Еврокубка (2012, 2015) [Егор Вяльцев](#).

08.04.2022

Благотворительный концерт, в помощь детям Донбасса и бойцам российской армии, состоялся в областной библиотеке

Он собрал десятки зрителей и поклонников бардовской песни. Во время выступлений, проходил сбор средств. Алла Любимова: "Когда прошло объявление, что состоится такое мероприятие, многие звонили и говорили, что не могут приехать в силу обстоятельств, но мы хотим перечислить деньги. И мы назначили одного из старейших членов нашей организации, на счёт которой могут переводиться деньги, за что потом она отчитается". Все собранные деньги организаторы сразу после концерта передадут в благотворительный фонд. Волонтеры которого давно помогают жителям Донбасса и беженцам из Украины.



[Животные](#) [Помощь](#)

18.04.2022

Фотографии: предоставлено фондом

«Помогать, нельзя заканчивать!» Как благотворительный фонд «Ника» в новых условиях продолжает ежедневно помогать бездомным животным

Уже много лет благотворительный фонд помощи бездомным животным «Ника» реализует программу «Умная забота», в рамках которой проводит бесплатную стерилизацию четвероногих. На данный момент фонд приостановил эту программу из-за сильного подорожания необходимых препаратов.

Примеры сообщений

Тренд на «огосударствление» информационной повестки некоммерческого сектора, который был отмечен по итогам мониторинга 2021 года, сохранился и в 2022 году. НКО часто представляются не как самостоятельный субъект, а как предмет активного государственного регулирования с помощью финансовых и законодательных инструментов.

«Единая Россия» создала новый формат работы с НКО



Мария Гафурова

14 апреля 2022 в 23:14 Размер текста **18**



Штабы общественной поддержки «Единой России» будут помогать НКО в решении вопросов и получении грантов

Фото: Владимир Андреев © URA.RU

Партия «Единая Россия» перезапускает работу своих штабов общественной поддержки (ШОП). На их базе будут открыты ресурсные центры для НКО, а также организована адресная помощь людям. Так, первый обновленный ШОП в Ижевске начал прием гуманитарной помощи для беженцев и жителей Донбасса.

«Сюда могут приходить люди, которые хотят помочь, независимо от того, есть ли у них НКО. Люди, которые хотят решить какую-то проблему, которые являются

экспертами в каких-либо вопросах. По каждому из направлений будет выстраиваться маршрут сопровождения и поддержки», — цитирует официальный сайт «Единой России» заместителя секретаря Генсовета партии, вице-спикера Госдумы Анну Кузнецову.

На базе ижевского ШОП был создан первый Центр объединения гражданских инициатив «Единые». Он будет сотрудничать с региональными НКО и помогать им в подготовке заявок на получение грантов. По каждому направлению работы будут назначены кураторы, которые будут помогать некоммерческим организациям в решении их вопросов.

«Единая Россия» внесла законопроект о компенсациях за вред жизни или здоровью волонтеров



Они будут выплачиваться при осуществлении добровольческой деятельности на территории РФ, а также при оказании гуманитарной помощи иностранным государствам

Инициатива «Единой России» установит единые для всей страны правила выплат за вред, причиненный жизни или здоровью волонтеров. Сейчас они существуют лишь в ряде регионов — Башкирии, Тыве, Новосибирской, Ульяновской, Иркутской, Московской областях, Ханты-Мансийском автономном округе.

Примеры сообщений

Доля сообщений о конфликтных ситуациях на протяжении трёх лет не меняется (3%). В основном в этот процент попадают сообщения, связанные с законом об иностранных агентах и единичные эпизоды связанные с непрозрачной деятельностью НКО.

Новости

Чулпан Хаматову заподозрили в отмывании денег через фонд для больных детей

23 апреля, 16:35

МЫ В ТЕЛЕГРАМ



Изображение: grombion.ru

Сбежавшая в Латвию российская актриса Чулпан Хаматова множила свой капитал, прокручивая через банковские счета пожертвованные в фонд «Подари жизнь» деньги, вместо того чтобы тратить средства по назначению — на нужды больных детей. Такое предположение сделал российский журналист Эдвард Чесноков в комментарии аналитическому portalу RuBaltic.Ru.

Чесноков представил соответствующий скриншот отчетности фонда Хаматовой «Подари жизнь», где можно увидеть, как балансовые активы фонда за последние 4 года возросли с 1 до 4 миллиардов рублей.

НОВОСТИ

14:17 Путин обвинил Украину в попытке подрыва «Турецкого потока»

13:34 МИД Молдовы заявил о нарушении воздушного пространства российскими ракетами

13:19 Путин рассказал о масштабном ударе по объектам Украины

12:09 Командир Литвы заявил о невозможности увеличить число резервистов из-за нехватки оружия

12:00 Лукашенко договорился с Путиным о развертывании региональной группировки войск

БОЛЬШЕ НОВОСТЕЙ

Политика



09 марта, 23:35 / Общество

Сотрудников СМИ и НКО-иноагентов предложили включить в единый реестр Минюста

Госдума может принять закон уже 10 марта

Екатерина Гробман Анастасия Курилова Марина Царева

Прочту позже



Максим Стулов / Ведомости

Лица «третьего сектора» в СМИ*

Патриарх Московский и всея Руси КИРИЛЛ

КУЗНЕЦОВА Анна Юрьевна

Заместитель председателя Государственной Думы Федерального собрания РФ

ГОЛИКОВА Татьяна Алексеевна

Заместитель председателя правительства Российской Федерации

ГЛИНКА Елизавета Петровна

детский и паллиативный врач

ЛЬВОВА-БЕЛОВА Мария Алексеевна

Уполномоченный при Президенте РФ по правам ребёнка

ХАМАТОВА Чулпан Наилевна

учредитель благотворительного фонда «Подари жизнь»

КУКСИН Григорий Валерьевич

руководитель противопожарного отдела Greenpeace России

ОЛЕСКИНА Елизавета Александровна

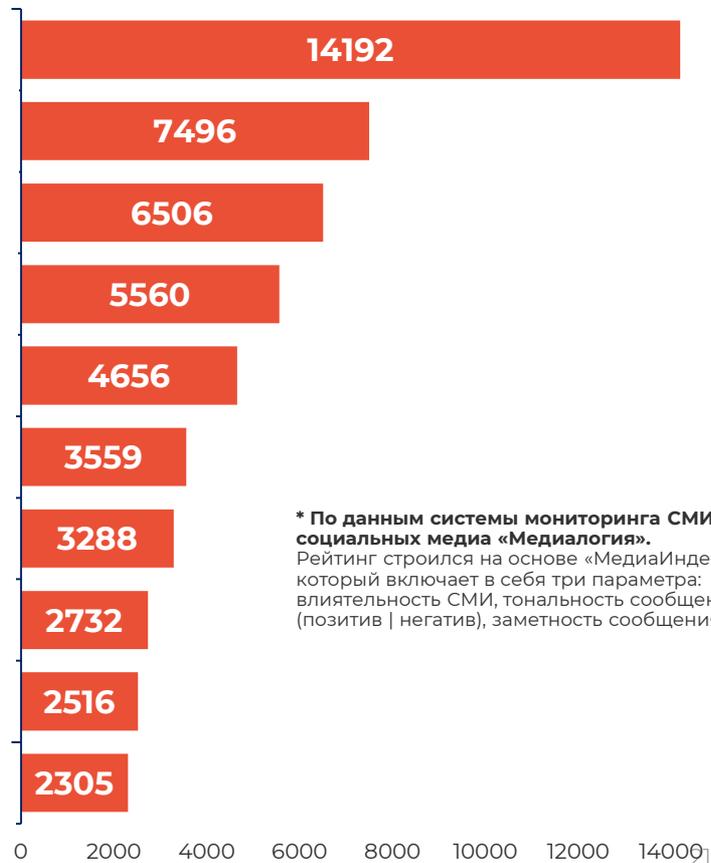
создатель и директор благотворительного фонда «Старость в радость»

ТОПОЛЕВА-СОЛДУНОВА Елена Андреевна

директор Агентства социальной информации, член Общественной палаты РФ

ФЕДЕРМЕССЕР Нюта

учредитель благотворительного фонда помощи хосписам «Вера»



* По данным системы мониторинга СМИ и социальных медиа «МедиаЛогия». Рейтинг строился на основе «МедиаИндекса», который включает в себя три параметра: влияние СМИ, тональность сообщения (позитив | негатив), заметность сообщения.

Наиболее заметные некоммерческие организации в СМИ*



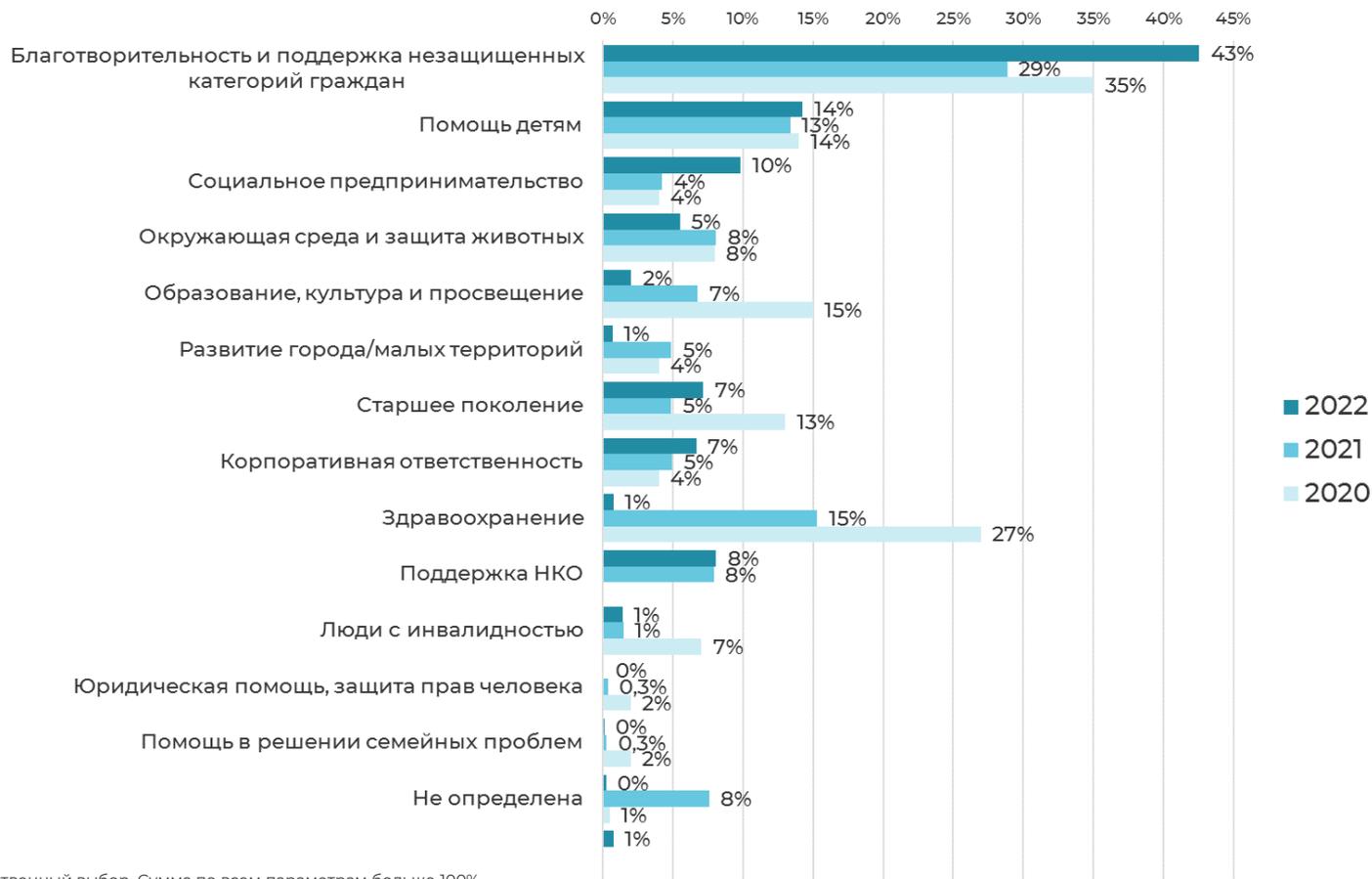
* По данным системы мониторинга СМИ и социальных медиа «МедиаЛогия». Рейтинг строился на основе «МедиаИндекса», который включает в себя три параметра: влияние СМИ, тональность сообщения (позитив | негатив), заметность сообщения.

Центральная тема сообщения



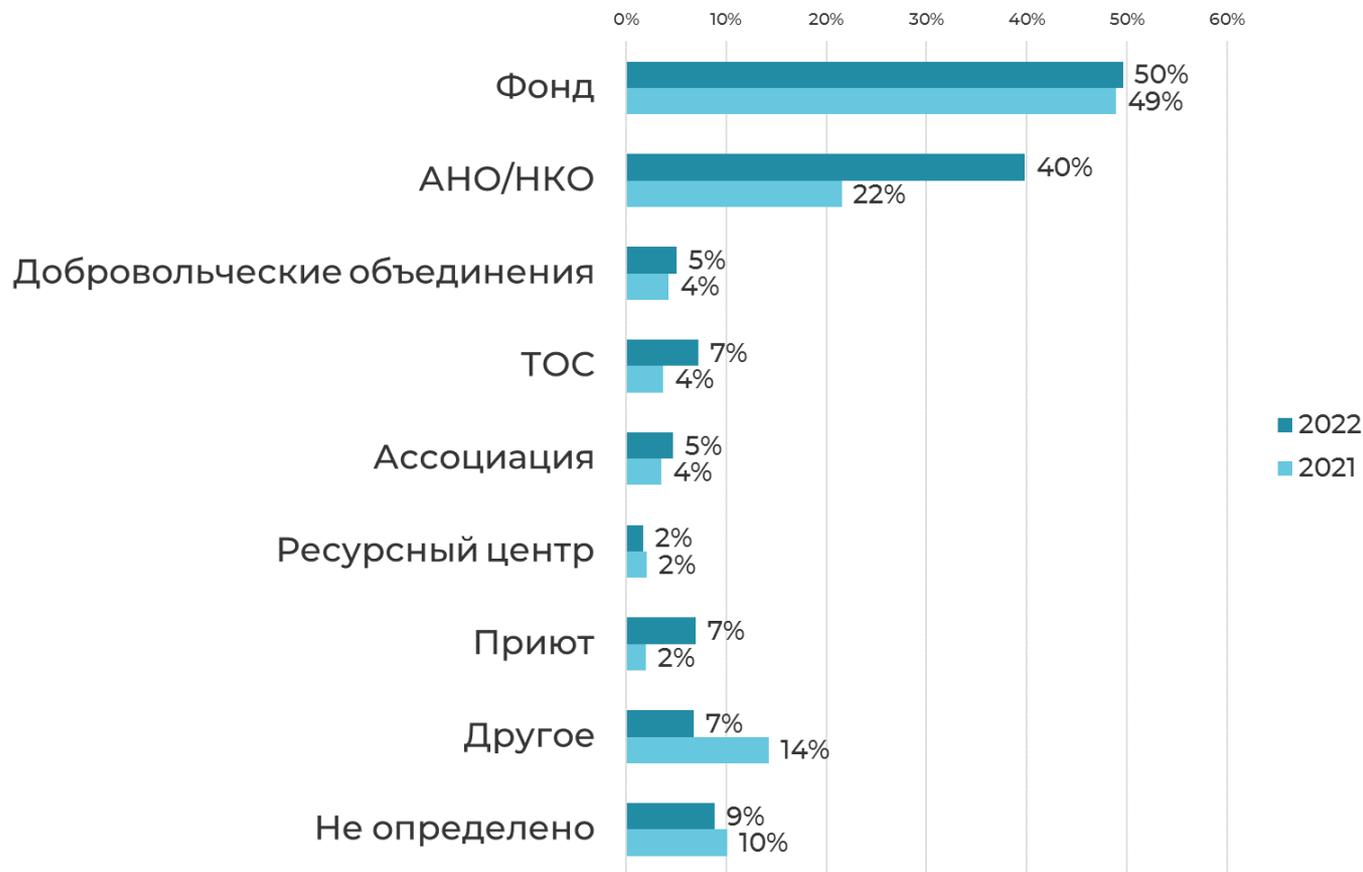
* В 2021 – 2020 множественный выбор. Сумма по всем параметрам больше 100%.
В 2022 методика была скорректирована, отмечается одна главенствующая тема. Общая сумма = 100%.

Какие сферы некоммерческой деятельности упоминаются?



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

О каких НКО пишут?

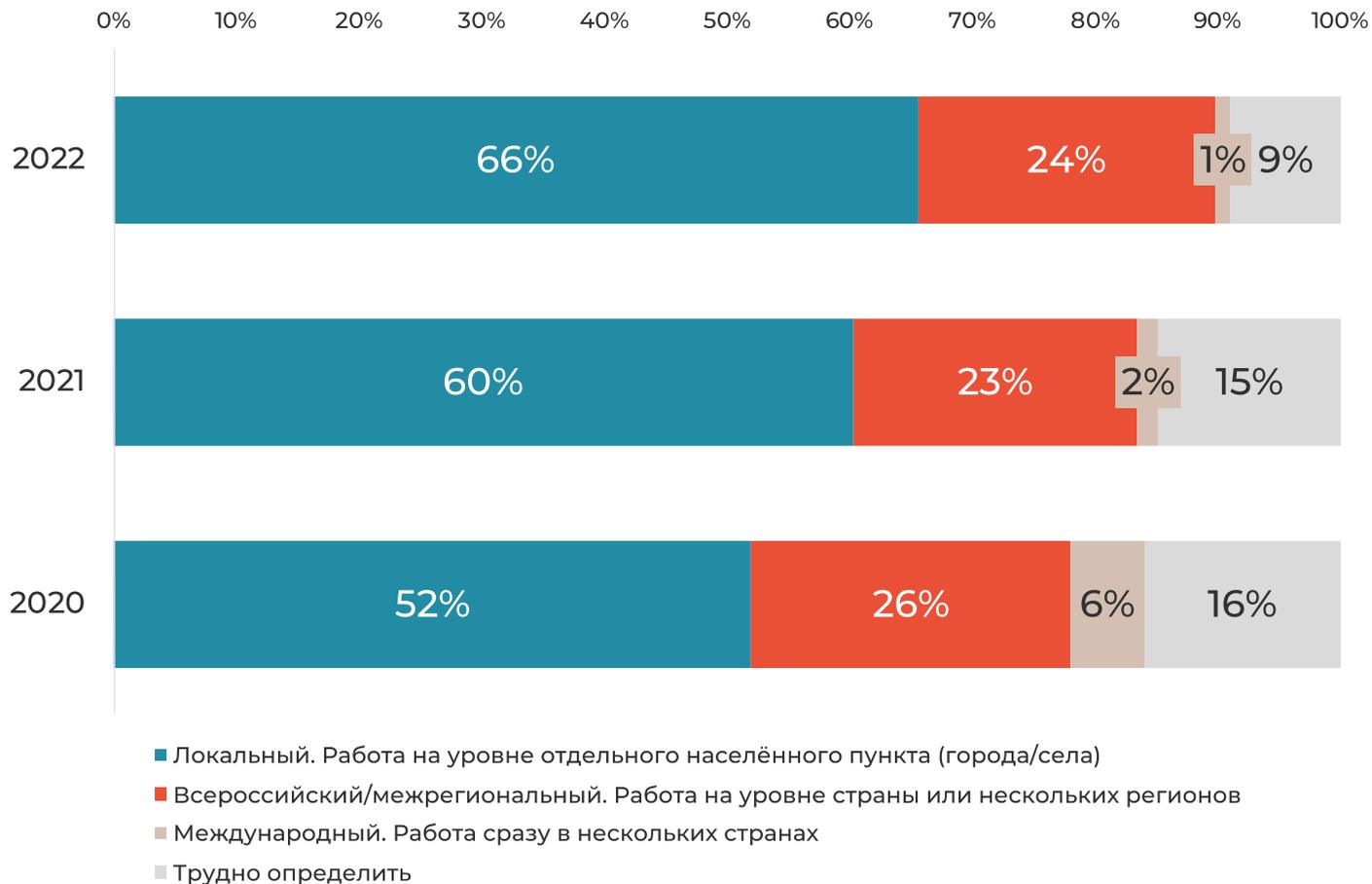


* Множественный выбор. Сумма по всем параметрам больше 100%.

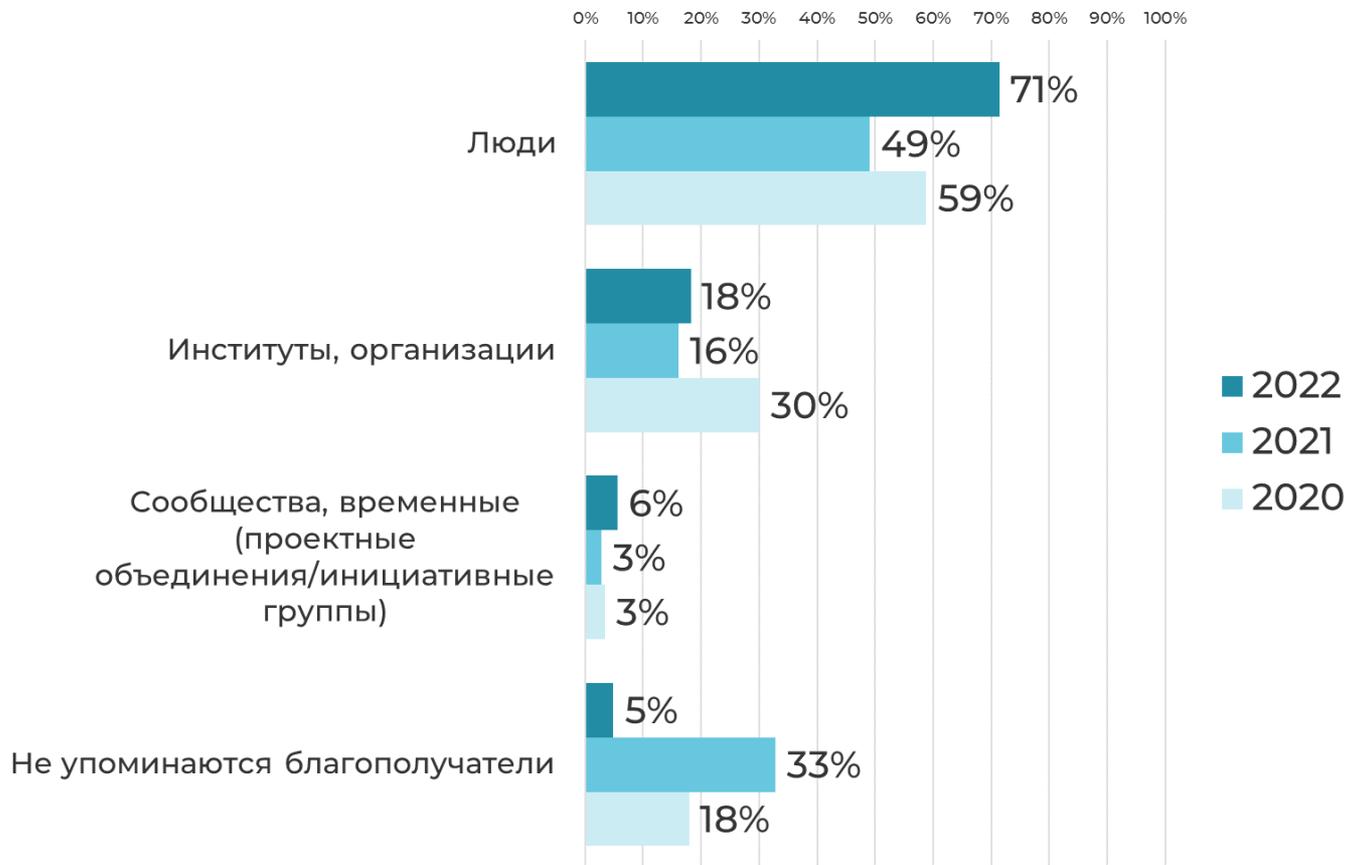
** В 2021 году была сделана новая категоризация НКО, поэтому сравнение с 2020 годом не приводится.

*** В 2022 году поиск осуществлялся не только по словам «автономная некоммерческая организация», но и «некоммерческая организация».

Масштаб деятельности НКО



Кого упоминают в качестве благополучателей?



* Множественный выбор. Сумма по всем параметрам больше 100%.

Выводы к разделу

По итогам трехлетнего 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/беженцам Донбасса). При этом в качестве главного агента, осуществляющего помощь, в этом году выступает Русская Православная Церковь (точнее – отдельные её митрополии, епархии) – не являясь частью третьего сектора, РПЦ представляется как один из основных агентов благотворительной и «помогающей» деятельности за исследуемый период.

Общие характеристики информационного потока о некоммерческом секторе за три года не изменились – **основным источником являются крупнейшие информационные агентства, а главный жанр сообщения – новость.**

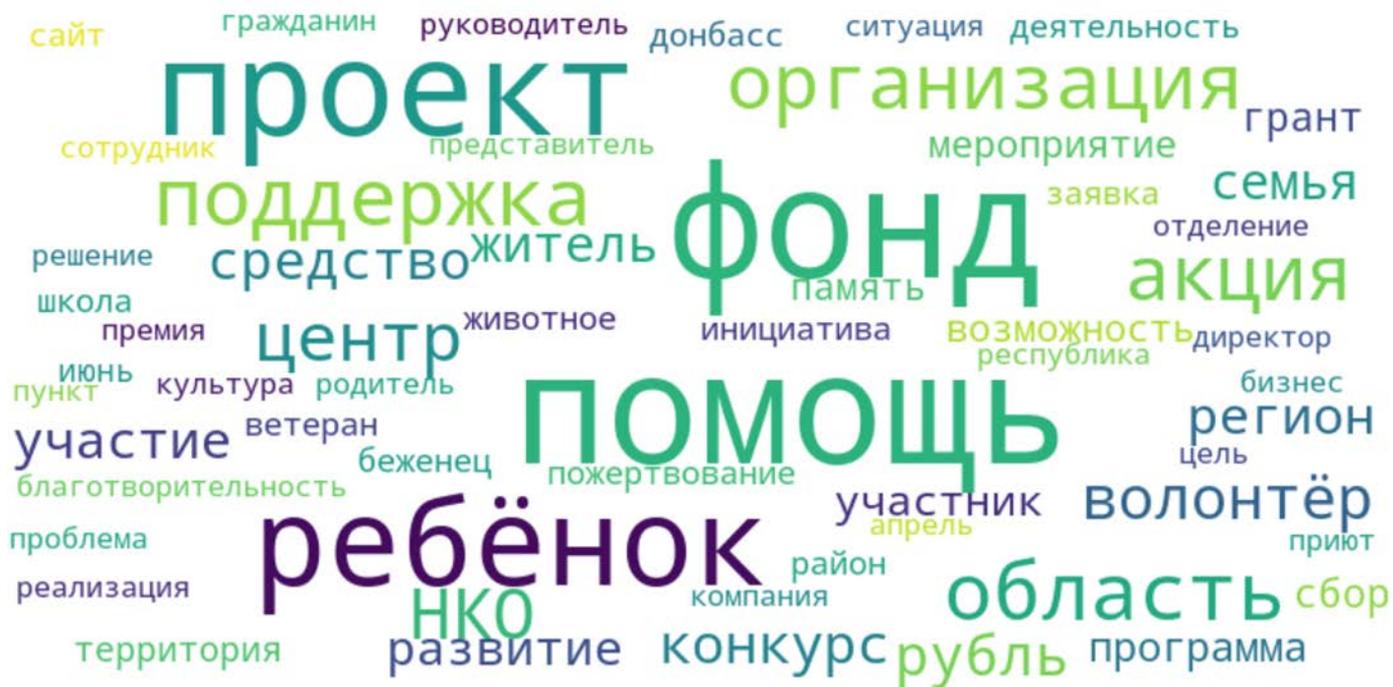
В целом, по-прежнему основными медиаагентами от некоммерческого сектора остаются **благотворительные фонды**, а главной повесткой – оказание помощи.

Можно предположить, что благодаря в том числе активной работе пиар-служб различных ветвей власти, сохраняется тренд на конструирование **образа государства как основного патрона некоммерческого сектора.** Активное освещение получают любые инициативы в отношении «третьего сектора» (финансовое стимулирование, регулирование законодательной базы, преобразование инфраструктуры). **Акцент смещается с представления деятельности НКО как низовой (гражданской) инициативы на следование государственному заданию в части помощи нуждающимся.** В связи с этим наиболее заметными медийными лицами сектора являются государственные лица, курирующие некоммерческую деятельность на своём уровне. Среди некоммерческих организаций с наиболее активным медиа-сопровождением – организации, которые созданы государством (Фонд президентских грантов, Президентский фонд культурных инициатив).

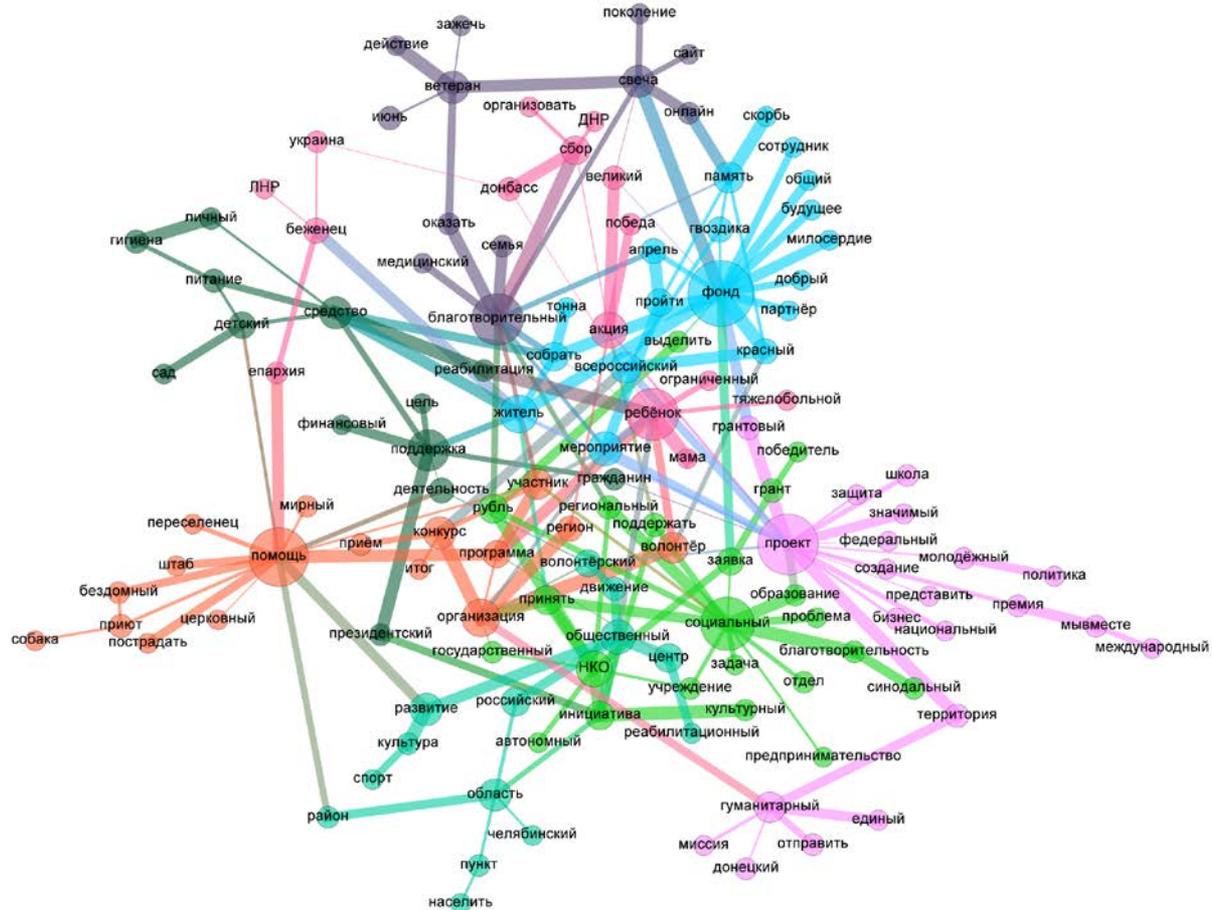
Раздел III. Результаты формального (автоматизированного) анализа текстов СМИ

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»).

Ключевые существительные публикаций



Дерево смыслов. Сеть близости лексем по предложениям



Выводы к разделу

В целом, **тематический набор слов, который характеризует некоммерческую деятельность, сохранился на протяжении трёхлетнего мониторинга.** В этом году самыми частотными оказались следующие слова: «фонд» (8378), «помощь» (8263), «проект» (6915), «ребёнок» (6311), «благотворительный» (5234), «социальный» (4863), «помочь» (4043), «область» (3970), «поддержка» (3942), «организация» (3779).

Как и годом ранее, получившееся «дерево смыслов» состоит из девяти тематических кластеров, каждый из которых выделен отдельным цветом, среди них можно выделить шесть центральных (наиболее крупных) узлов – **«помощь», «благотворительный», «фонд», «ребёнок», «проект», «социальный».** Отдельно отметим появившийся кластер с центром вокруг лексики «гуманитарный», который иллюстрирует заметное присутствие в повестке информации о гуманитарной помощи Донбассу («единый», «миссия», «отправить»).

Так, самые крупные тематические кластеры характеризуют следующие направления деятельности «третьего сектора»:

- 1) **оказание помощи нуждающимся (в т.ч. структурами РПЦ)** («помощь», «церковный», «епархия», «мирный», «переселенец»);
- 2) **благотворительные акции, приуроченные к 9 мая** («благотворительный», «ветеран», «свеча», «поколение»);
- 3) **деятельность фондов** («фонд», «пройти», «собрать», «милосердие»);
- 4) **деятельность НКО по поддержке детей** («ребёнок», «тяжелобольной», «мама»);
- 5) **проектная деятельность НКО** («проект», «создание», «территория», «грантовый»);
- 6) **деятельность социально-ориентированных НКО** («социальный», «задача», «принять», «рубль», «заявка», «грант»).

Раздел IV. Результаты тематического моделирования: выделение основных тем публикаций СМИ

Методом тематического моделирования были выделены три основные темы, циркулирующие в исследуемых текстах. Такой вид анализа позволил по-другому посмотреть на исследуемые тексты и выделить тематические аспекты, которые не были заранее заданы исследователем.

Пояснение к разделу

Для каждого количества выделенных тем далее на слайдах приведён список из 40 самых характерных для данной темы терминов вместе с их частотностью (относительно данной темы). Красные полосы по отношению к синей около каждого термина иллюстрируют количество раз, которое данное слово относится к данной теме по отношению к общему количеству слова во всех темах. Чем больше слово встречается внутри одной темы, тем более характерным и специфическим оно является именно для этой темы. Круги слева на каждой картинке показывают несвязность тем между собой, что позволяет рассматривать выделенные темы как самостоятельные и не пересекающиеся.

Так, в первой теме (15%) собраны слова (токены), которые характеризуют **события и мероприятия «третьего сектора»**. Наиболее характерными являются слова «благотворительный», «фонд», «пройти», «мероприятие», «акция», «участие», «фестиваль». Отметим, что в прошлом году этот тематический кластер был почти в 2 раза больше.

Во вторую тему (24%) вошли слова, которые характеризуют **«традиционную» деятельность НКО, связанную с помощью отдельным категориям граждан, преимущественно – детям** («ребенок», «фонд», «благотворительный», «семья», «родитель», «мама»).

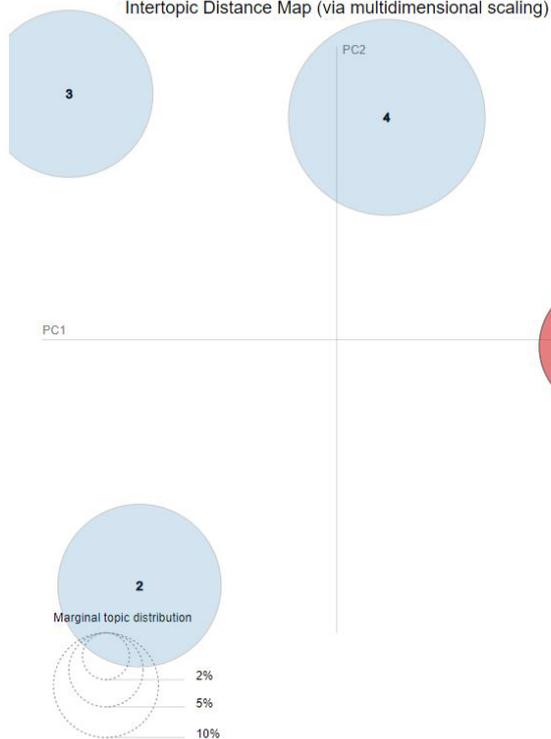
Третья тема (25%) **связана с гуманитарной помощью Донбассу** («помощь», «акция», «гуманитарный», «житель»).

Четвертую тему (35%) составляют слова, характеризующие **поддержку некоммерческого сектора государством** («поддержка», «конкурс», «грант», «заявка», «программа»).

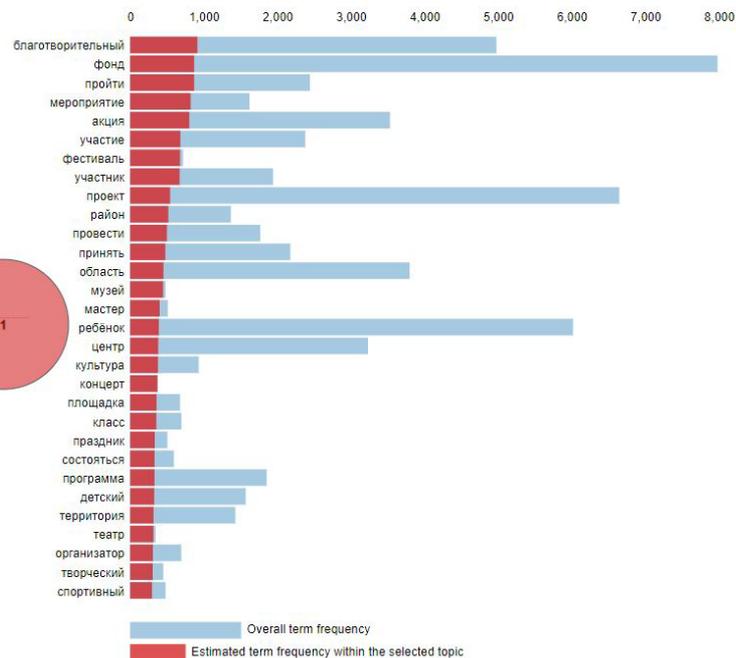
Перечисленные темы (за исключением гуманитарной помощи) были выделены как основные и в 2021 году, что говорит о существовании **общего устойчивого тренда освещения деятельность некоммерческих организаций**. При этом ситуативная повестка (пандемия коронавируса, специальная военная операция), в которую встраиваются некоммерческие организации, не меняет образ сектора, а только усиливает характерные черты (оказание помощи).

Тема 1: Мероприятия от НКО и для НКО (15%)

Intertopic Distance Map (via multidimensional scaling)



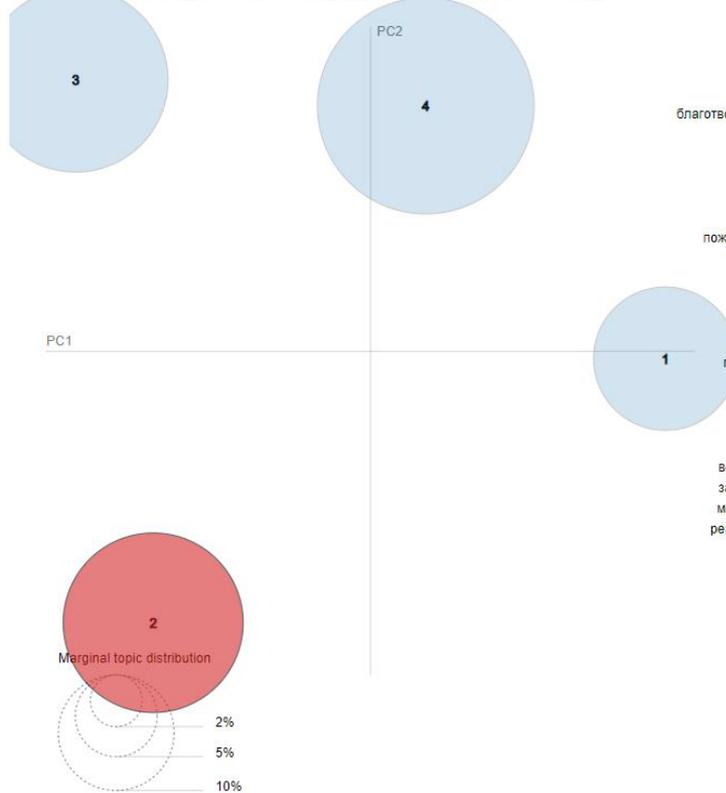
Top-30 Most Relevant Terms for Topic 1 (15.4% of tokens)



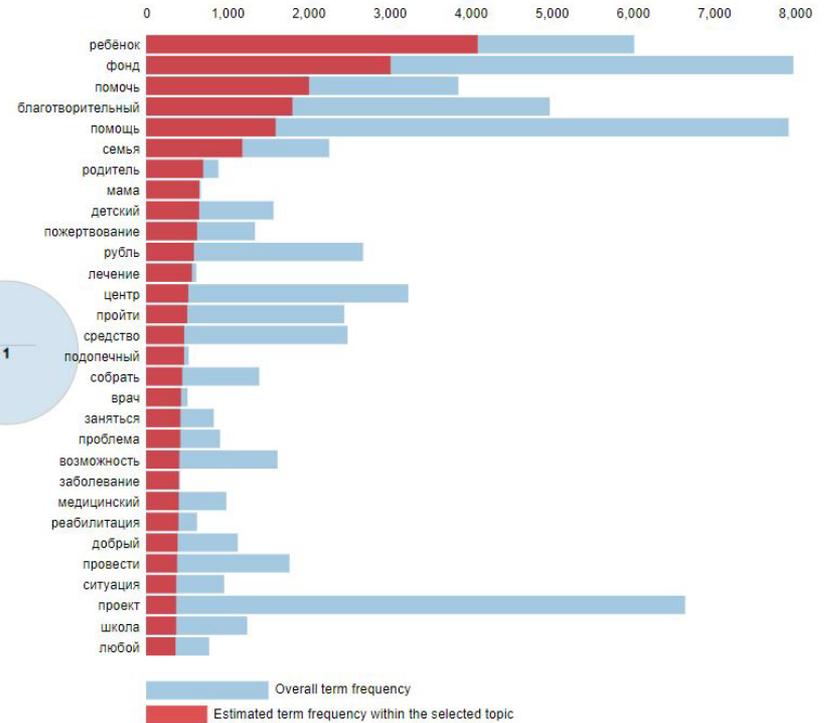
1. saliency(term w) = frequency(w) * [sum_t p(t | w) * log(p(t | w)/p(t))] for topics t; see Chuang et. al (2012)
2. relevance(term w | topic t) = $\lambda * p(w | t) + (1 - \lambda) * p(w | t)/p(w)$; see Slevert & Shirley (2014)

Тема 2: Освещение деятельности, связанной с помощью отдельным категориям граждан (24%)

Intertopic Distance Map (via multidimensional scaling)



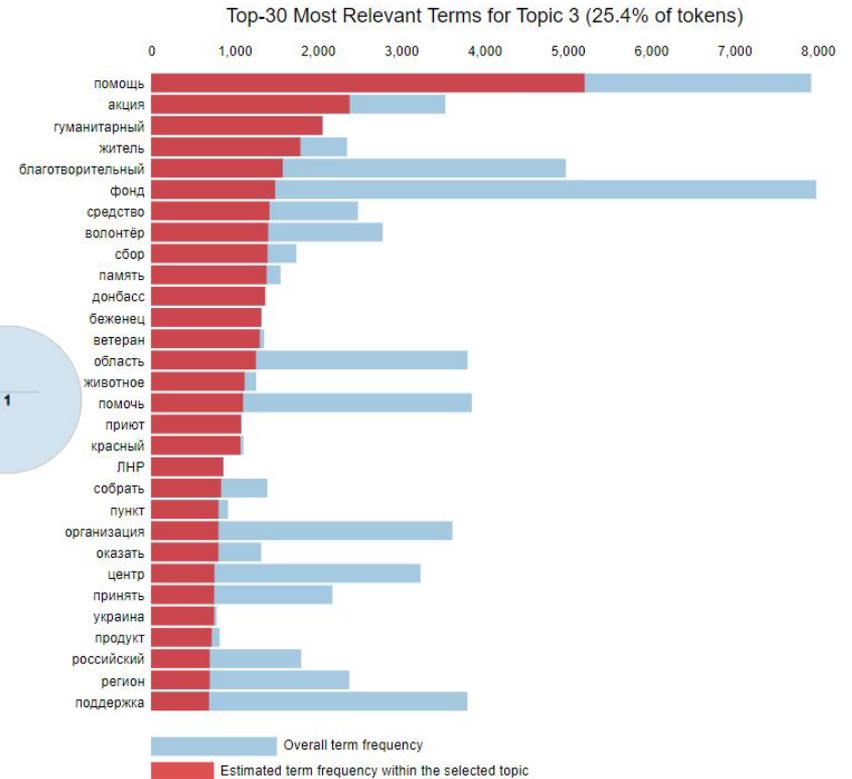
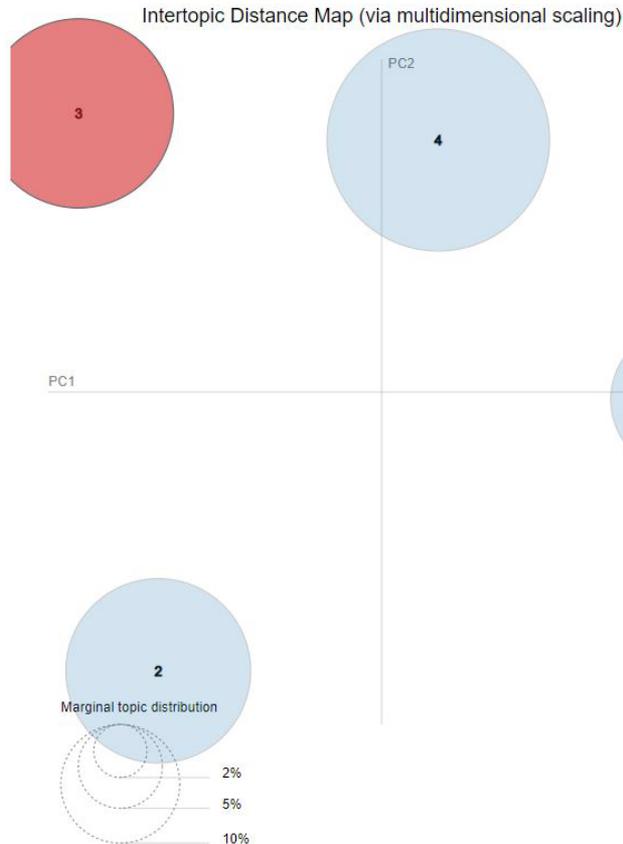
Top-30 Most Relevant Terms for Topic 2 (24.1% of tokens)



1. $saliency(\text{term } w) = \text{frequency}(w) * [\sum_t p(t | w) * \log(p(t | w)/p(t))]$ for topics t ; see Chuang et. al (2012)

2. $relevance(\text{term } w | \text{topic } t) = \lambda * p(w | t) + (1 - \lambda) * p(w | t)/p(w)$; see Sievert & Shirley (2014)

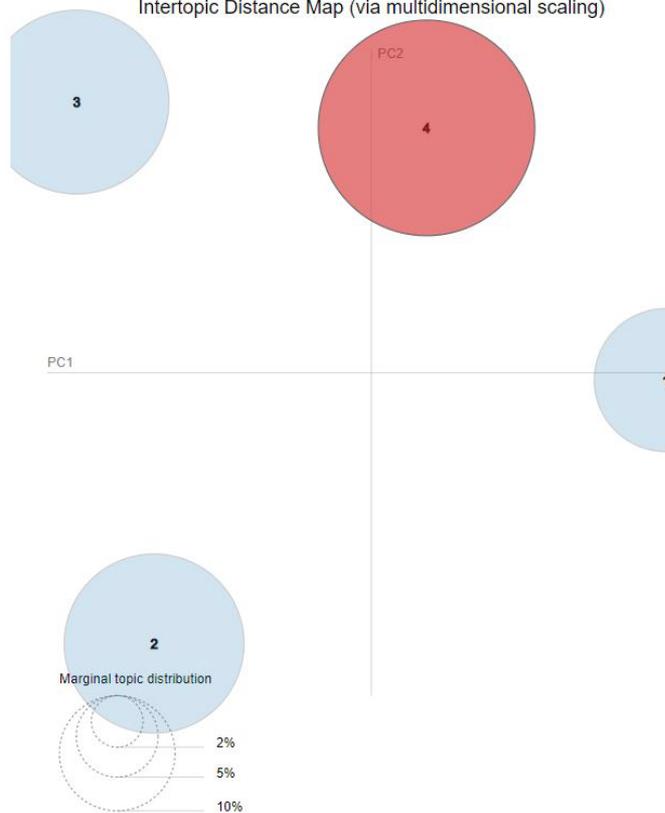
Тема 3: Освещение деятельности, связанной с помощью Донбассу (25%)



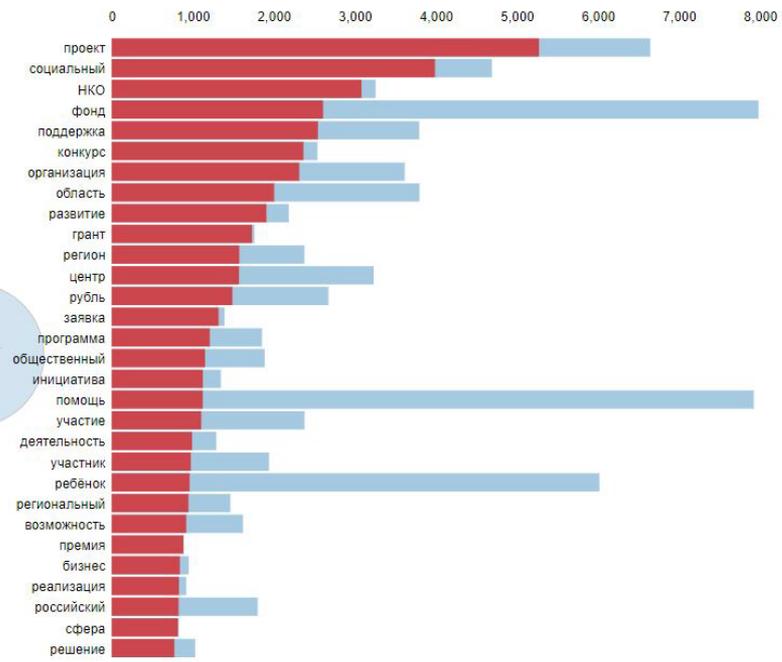
1. $saliency(\text{term } w) = \text{frequency}(w) * [\sum_t p(t | w) * \log(p(t | w)/p(t))]$ for topics t ; see Chuang et. al (2012)
 2. $relevance(\text{term } w | \text{topic } t) = \lambda * p(w | t) + (1 - \lambda) * p(w | t)/p(w)$; see Sievert & Shirley (2014)

Тема 4: Освещение поддержки НКО (35%)

Intertopic Distance Map (via multidimensional scaling)



Top-30 Most Relevant Terms for Topic 4 (35% of tokens)



Overall term frequency
 Estimated term frequency within the selected topic

1. saliency(term w) = frequency(w) * [sum_t p(t | w) * log(p(t | w)/p(t))] for topics t; see Chuang et. al (2012)
 2. relevance(term w | topic t) = λ * p(w | t) + (1 - λ) * p(w | t)/p(w); see Sievert & Shirley (2014)



Раздел V. Основные характеристики источников информации о некоммерческом секторе в социальных сетях

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

Методология исследования социальных медиа

Мониторинг методологически повторяет исследования [2021 года](#). Поиск публикаций в социальных медиа в системе мониторинга «Медиалогия» осуществлялся по ключевым словам:

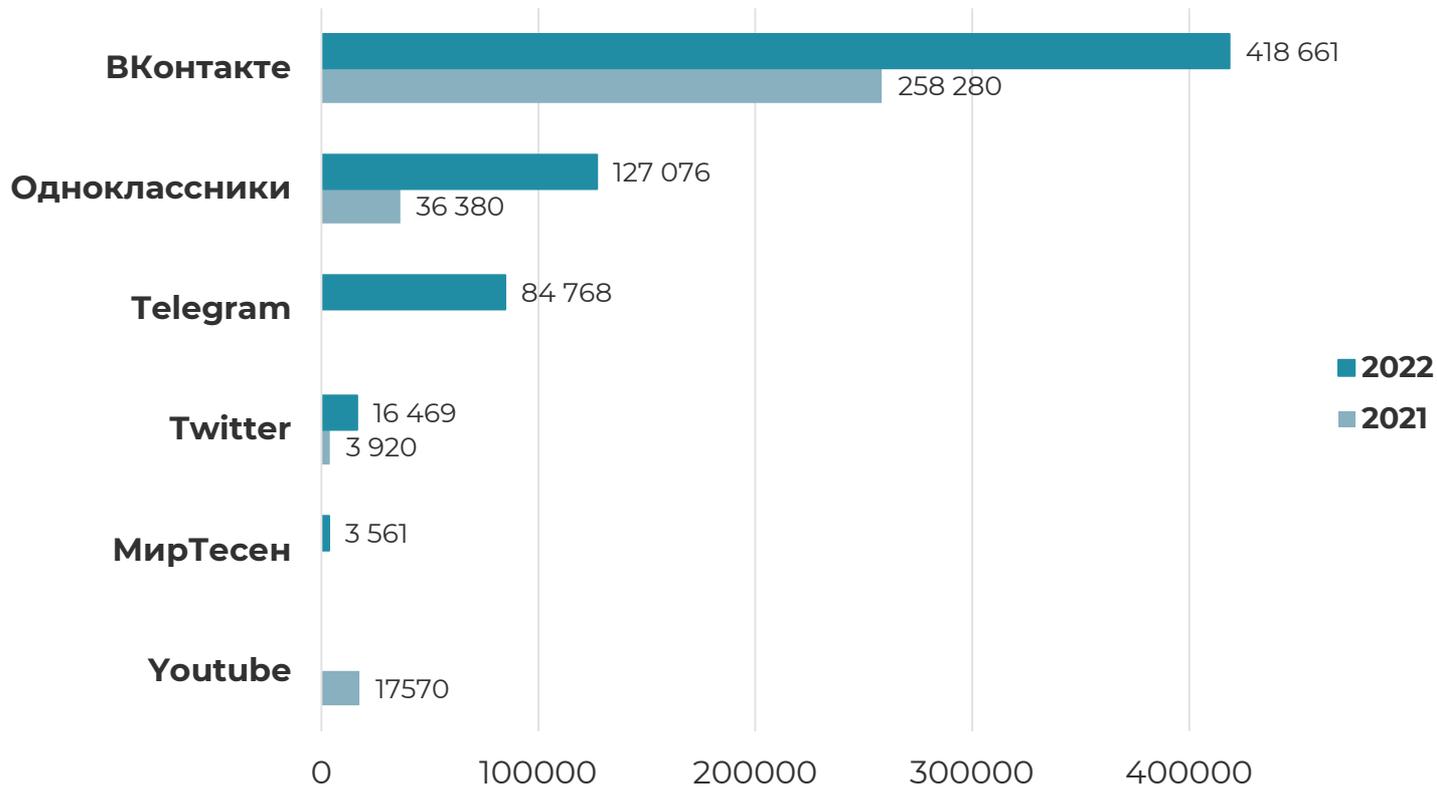
(НКО | "третий сектор" | (некоммерческая /3 организация) | (благотворительный /3 фонд) | (благотворительная /3 организация) | (добровольческое /3 объединение) | "Территориальное общественное самоуправление" | (некоммерческий /3 сектор) | Гринпис | Greenpeace | greenpeace.ru | "greenpeace.ru")*

Хронологические рамки: 1 марта – 30 июня 2022 года

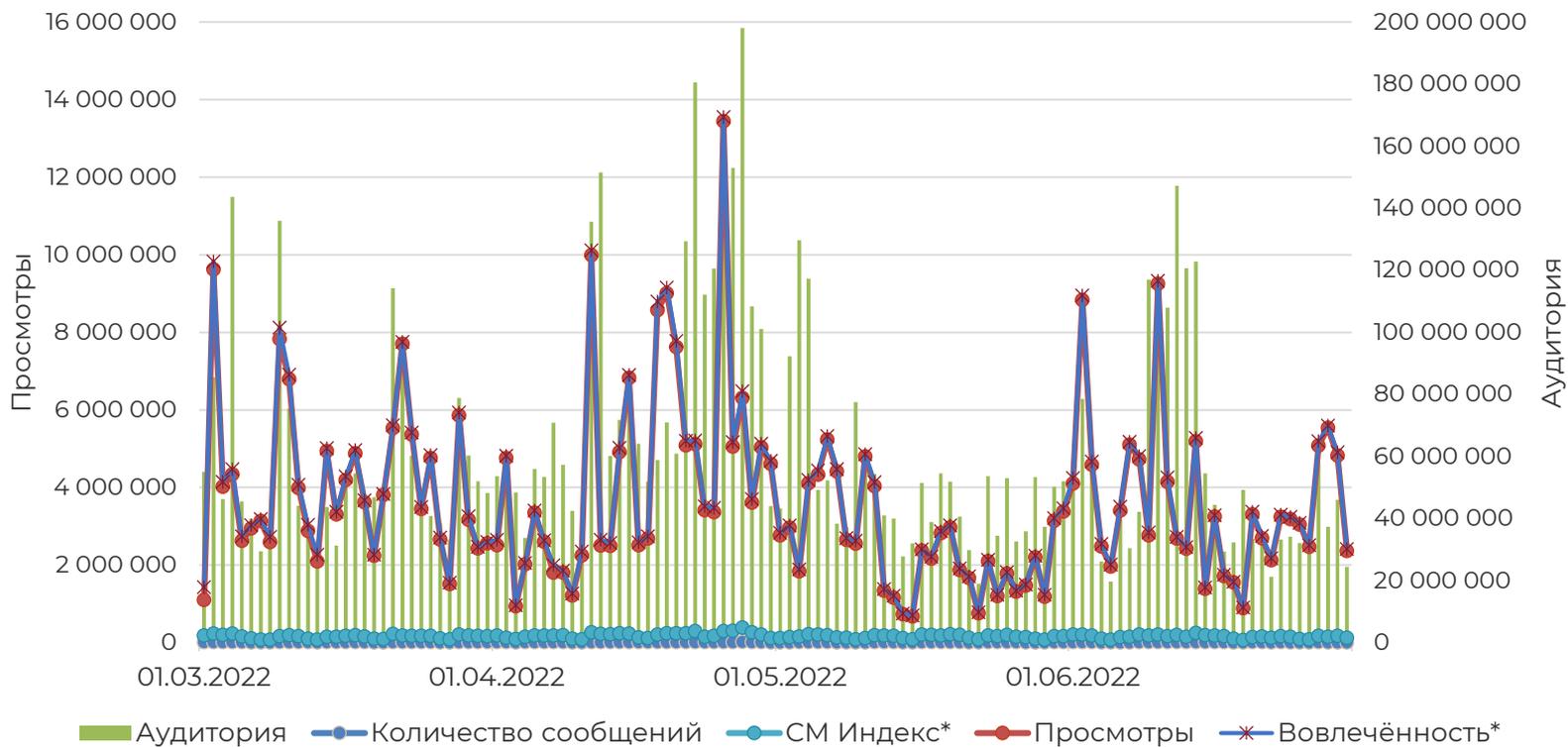
Генеральная совокупность: 722 426 сообщений



В каких социальных сетях пишут об НКО?



Динамика упоминаний по дате публикации



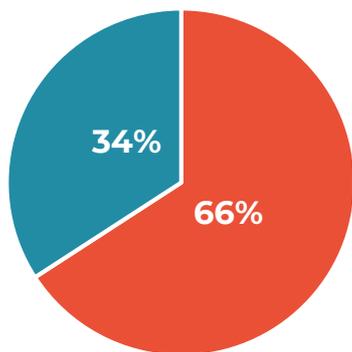
СМ Индекс* – показатель качества упоминания в соцмедиа. Составляющие СМ Индекса: влияние автор, опубликовавшего пост или комментарий и вовлеченность сообщения.

Вовлеченность* – сумма лайков, репостов и комментариев упоминаний.

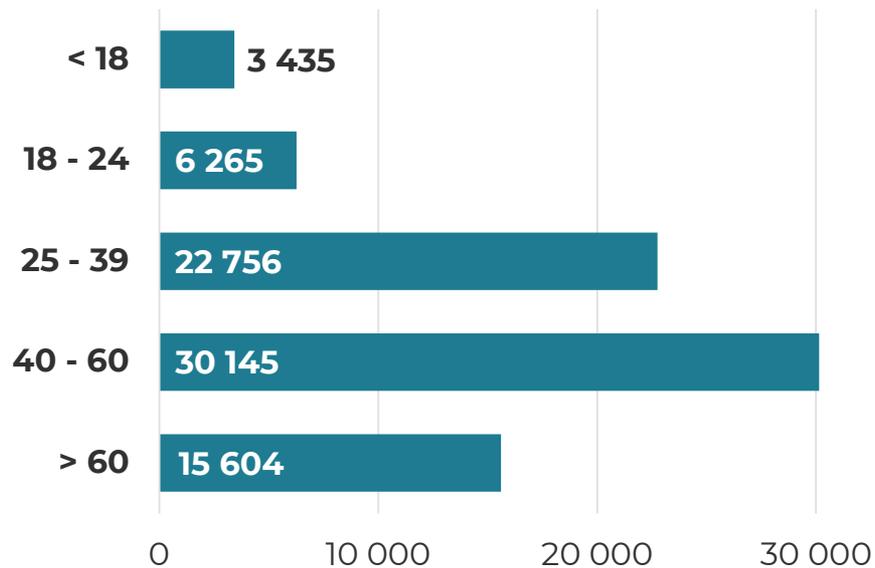
Половозрастная структура авторов

66%

авторов - женщины
(На основе данных
по полу у 43,9%
авторов)

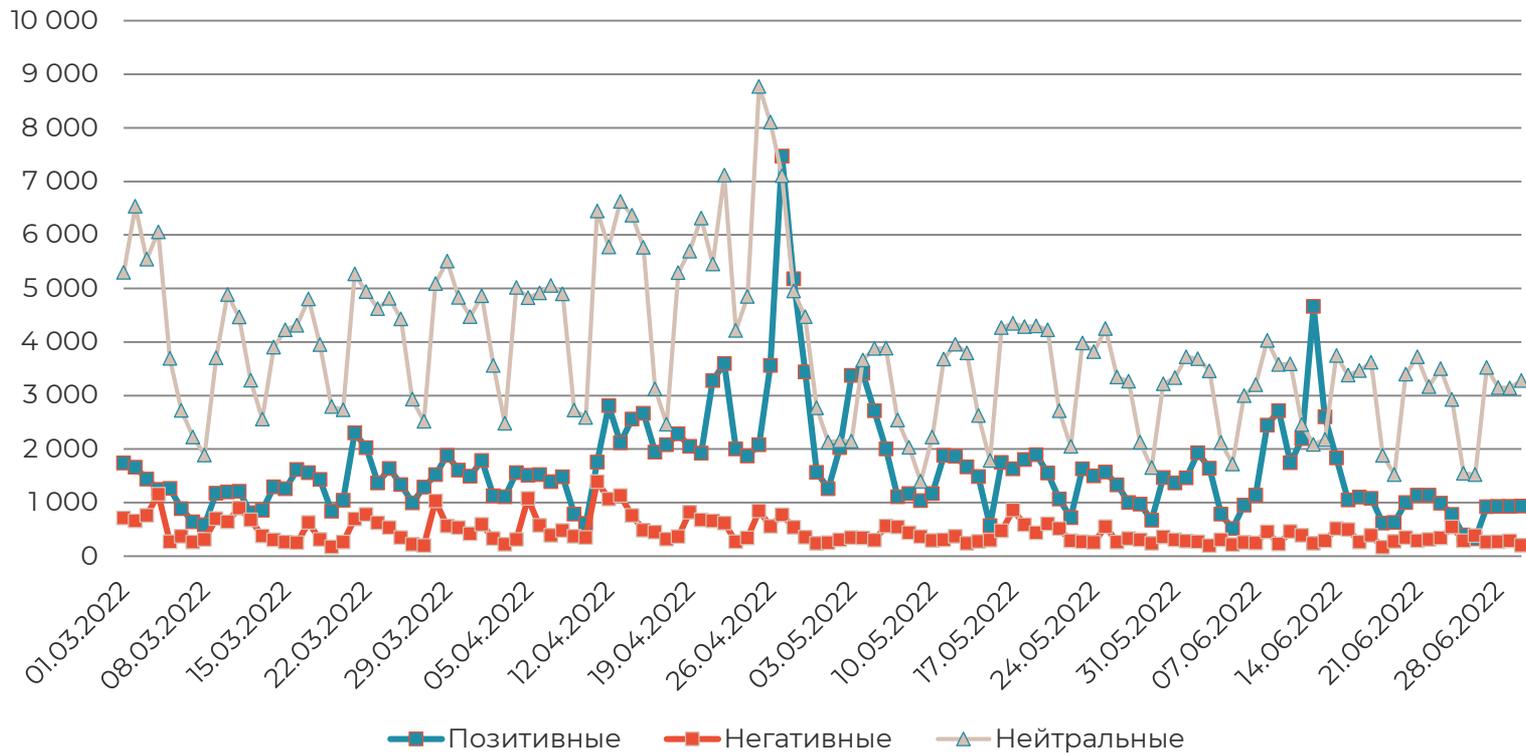


■ Женский ■ Мужской



На основе данных по возрасту у 25,8% авторов

Тональность упоминаний по времени



В каких регионах социальные сети НКО наиболее активны?



Топ-10 сообществ НКО*

| № | Автор | Подписчики | Сообщения | Вовлеченность |
|----|---|------------|-----------|---------------|
| 1 | Фонд президентских грантов | 141 126 | 173 | 34 000 |
| 2 | Гринпис в России | 179 858 | 79 | 24 000 |
| 3 | БФ «Мир в наших руках» | 92 169 | 7 | 19 000 |
| 4 | БФ «Правмир» | 7 832 | 61 | 18 000 |
| 5 | БФ «Настенька» | 2 961 | 20 | 13 000 |
| 6 | БФ «Дорога жизни» | 7 815 | 29 | 12 000 |
| 7 | БФ «АиФ. Доброе сердце» | 8 976 | 27 | 8 000 |
| 8 | Президентский фонд культурных инициатив | 22 639 | 41 | 7 000 |
| 9 | АНО «Ассоциация волонтерских центров» | 55 620 | 49 | 5 000 |
| 10 | БФ помощи детям «WorldVita» | 24 919 | 17 | 5 000 |

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

Выводы к разделу

С 1 марта по 30 июня 2022 динамика упоминаний об НКО представлена несколькими экстремальными значениями. Пик публикаций 4 марта был связан с сообщениями ОП РФ о хакерских атаках в ходе проведения брифинга патриотических и молодежных НКО. 17 апреля сообщается о передаче детям Донбасса гуманитарной помощи, в которой, в частности, участвовал **БФ «Гольфстрим»**. Пик 24 апреля был связан с проведением В. Путиным заседания наблюдательного совета **АНО «Россия – страна возможностей»**. 4 июня были опубликованы сообщения об итогах работы **БФ «Круг добра»** и информация о встрече его руководителя с президентом страны. 13 июня начал свою деятельность **БФ «Народный фронт. Всё для Победы»** для поддержания ЛНР, ДНР и их жителей.

Тональность упоминаний в большинстве своем представлена нейтральными и позитивными событиями. Последние представляют собой сообщения о результатах по сбору пожертвований, в частности, для беженцев из Украины.

Большая часть публикаций направлены на освещение деятельности НКО и государственной поддержки «третьего сектора» после начала СВО и сокращения поступлений международных платежей.

Как и годом ранее, **большую долю авторов темы составляют женщины (66%).**

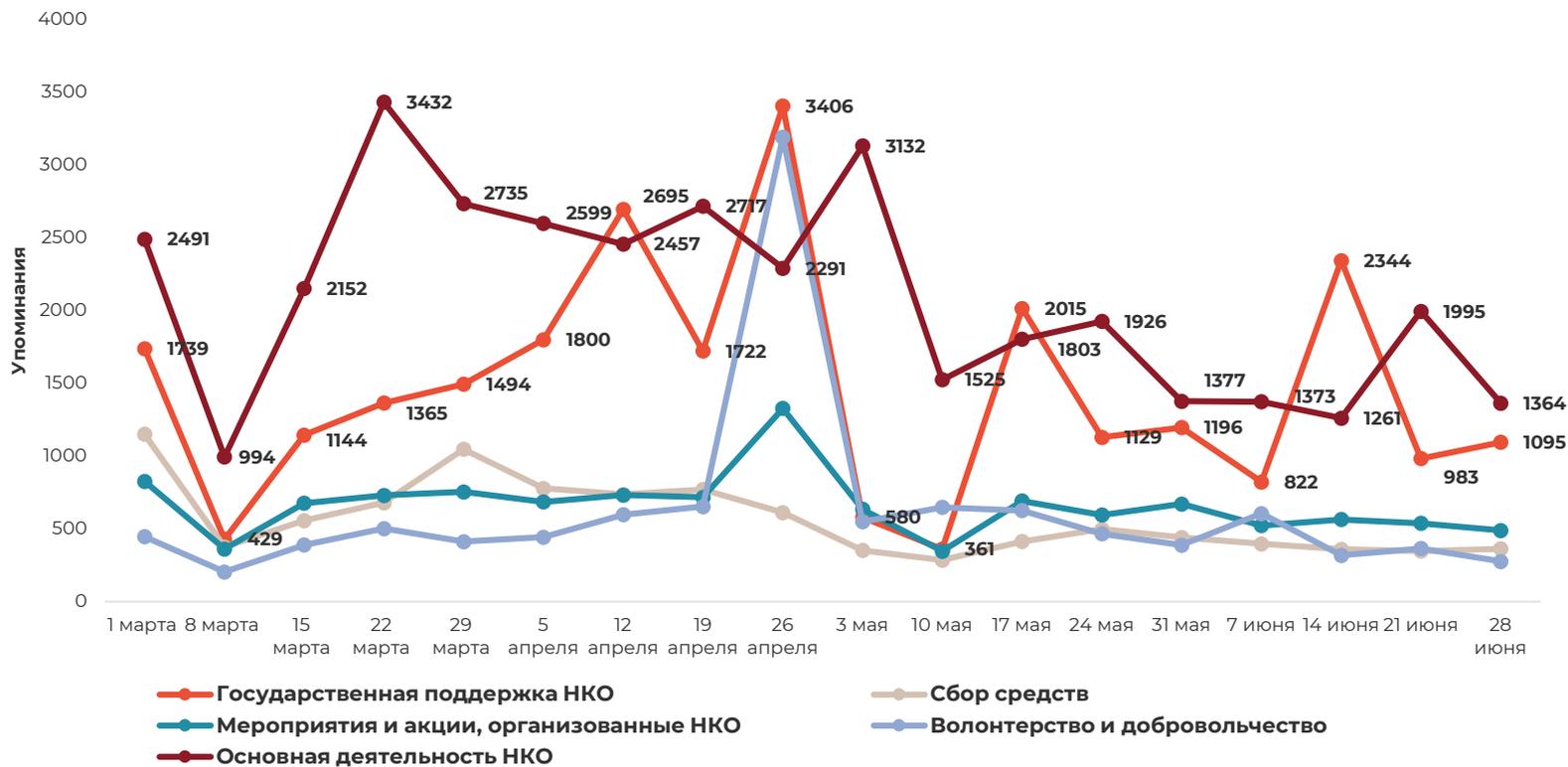
Наиболее **активные авторы о «третьем секторе» входят в возрастные группы от 40 до 60 лет**, а также от **25 до 39**. Менее активная часть населения входит в группу **от 18 до 24 лет**.

Основной социальной сетью НКО можно назвать **ВКонтакте (58%** всех упоминаний). Следом идёт портал **Одноклассники (17,5%)**, затем **Telegram (11,7%)**, **YouTube (4,58%)** и другие. Наиболее **активная деятельность фиксируется у авторов и сообществ из Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга и Перми.**

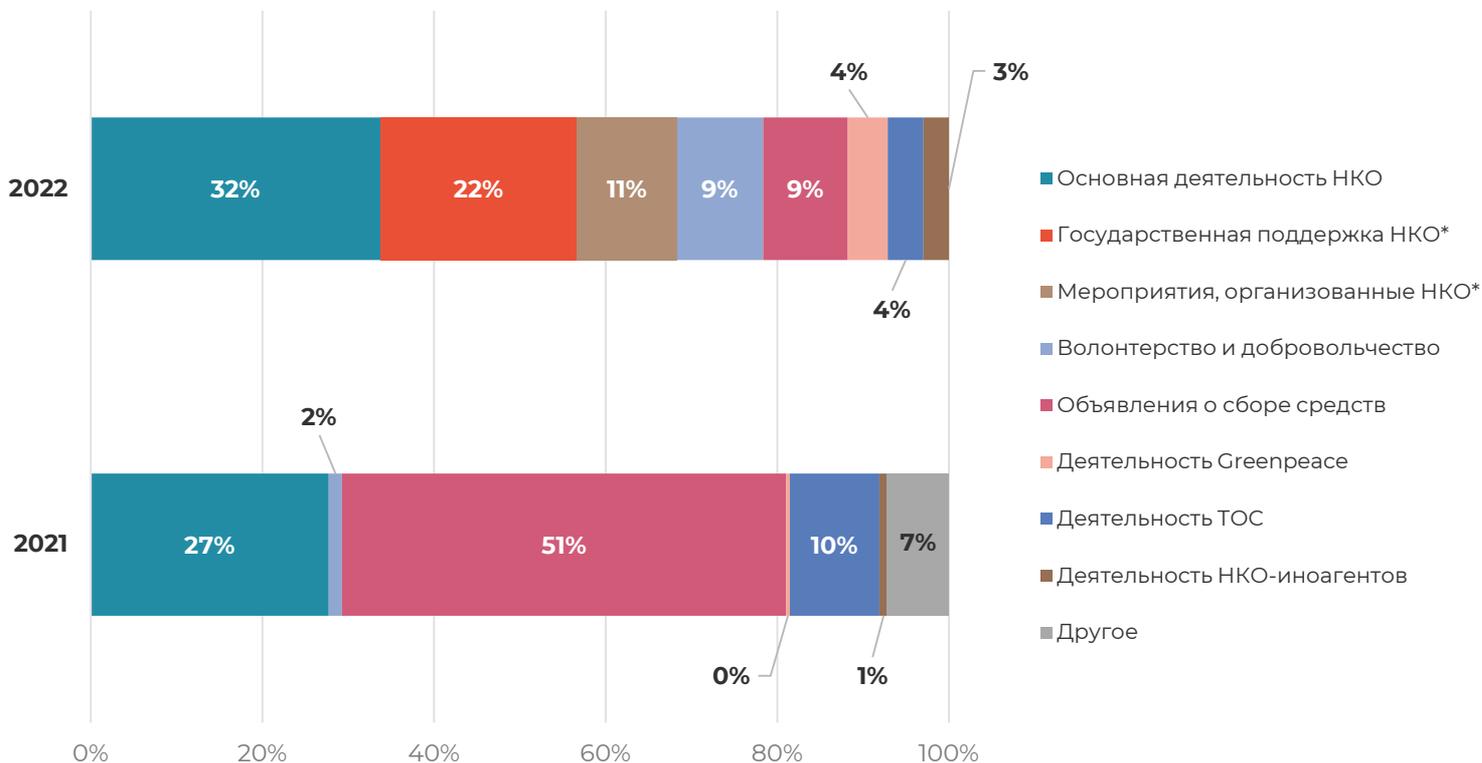
Раздел VI. Особенности информационной повестки некоммерческого сектора в социальных сетях

Далее проанализируем основные площадки, авторов и тематические направления публикаций в социальных сетях.

ТОП-5 повесток периода: динамика упоминаний



Освещение повесток в динамике: 2021 – 2022



* В 2022 году часть категорий анализа была преобразована, так, были введены коды «Государственная поддержка НКО» и «Мероприятия, организованные НКО»; коды «Руководители НКО», «Поздравительные сообщения», «Позитивные упоминания» были объединены в «Другое» и в 2022 году не применялись в рамках анализа.

Рейтинг публикаций некоммерческого сектора

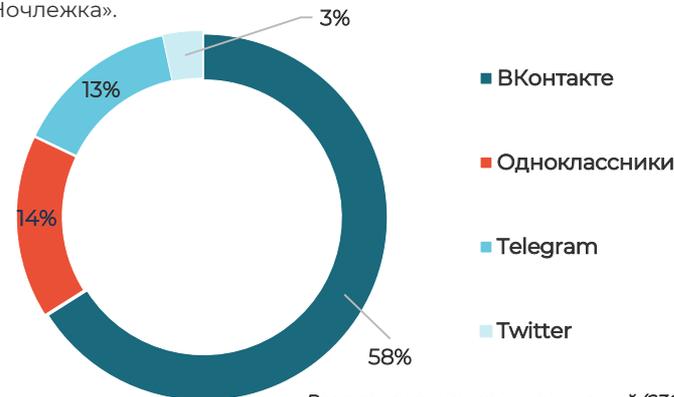
| № | Темы | Упоминания | Вовлеченность | Авторы | Основной источник |
|---|--|------------|---------------|-------------|-------------------|
| 1 | Основная деятельность НКО | 230,5 тыс. | 3, 32 млн. | 128,53 тыс. | ВКонтакте (58%) |
| 2 | Государственная поддержка НКО | 156,2 тыс. | 1,46 млн. | 79,96 тыс. | ВКонтакте (58%) |
| 3 | Мероприятия и акции, организованные НКО | 79,8 тыс. | 872,85 тыс. | 52,96 тыс. | ВКонтакте (69%) |
| 4 | Волонтерская и добровольческая деятельность | 68,4 тыс. | 622,98 тыс. | 36,52 тыс. | ВКонтакте (54%) |
| 5 | Объявления о сборе средств | 67,4 тыс. | 1,54 млн. | 50,64 тыс. | ВКонтакте (56%) |
| 6 | Деятельность Greenpeace России | 31,9 тыс. | 441,58 тыс. | 21,59 тыс. | ВКонтакте (47%) |
| 7 | Деятельность ТОС (территориальных общественных самоуправлений) | 28,2 тыс. | 200,28 тыс. | 17,74 тыс. | ВКонтакте (70%) |
| 8 | Деятельность НКО-иноагентов | 20,3 тыс. | 366,38 тыс. | 12,69 тыс. | ВКонтакте (45%) |

Основная деятельность НКО

В самой популярной тематической категории – сообщениях об **основной деятельности НКО** – упоминается большое число организаций, которые принято относить к «третьему сектору». Среди них есть благотворительные фонды, общественные движения, ассоциации взаимопомощи. Если проанализировать **топ-100 публикаций** по степени вовлеченности*, его возглавят следующие НКО:

1. **БФ К. Хабенского для помощи детям с заболеваниями головного и спинного мозга** (7 упоминаний);
2. **«Дом Роналда Макдоналда» (с 2022 – «Семья вместе»)** (4 упоминания);
3. **БФ помощи детям «Подари жизнь»** (3 упоминания);
4. **АНО «Россия – страна возможностей»** (2 упоминания);
5. **Фонд «Народный фронт. Всё для Победы»** (2 упоминания);
6. **Фонд Н. Расторгуева** (2 упоминания);
7. **РОФ им. Героя России Ахмата Кадырова** (2 упоминания);
8. **БФ «Помощь рядом»** (2 упоминания).

По одному разу в топ-100 по сумме лайков, репостов и комментариев были упомянуты следующие НКО: «Greenpeace Россия», «Мир в наших руках», «Фонд Николая Агутина», «Настенька», «Гражданская Позиция», «ГАЛЧОНОК», «Русь», «Новый дом», «Фонд Оксаны Фёдоровой», «Дом с маяком», «Шалаш», «Насилию.НЕТ**», «Дети наши», «Мемориал»***, «Люблю и благодарю», «Инсан», «Дорога жизни», «Измени одну жизнь» и «Ночлежка».



Распределение всех упоминаний (230,52 тыс.) о деятельности НКО по источникам

* Вовлеченность – сумма лайков, репостов и комментариев упоминаний

** Организация внесена в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента.

*** Организация признана иностранным агентом в России и ликвидирована.

Ключевые повестки периода

ТОП-5 тем по упоминаемости

- Основная деятельность НКО (38% в ТОП-5, 32% в общем числе публикаций);
- Государственная поддержка НКО (26% в ТОП-5, 22% в общем числе публикаций);
- Мероприятия и акции, организованные НКО (13% в ТОП-5, 9% в общем числе публикаций);
- Волонтерская и добровольческая деятельность (12% в ТОП-5, 32% в общем числе публикаций);
- Сбор средств (11% в ТОП-5, 9% в общем числе публикаций).



Общий охват публикаций о деятельности некоммерческого сектора с 1 марта по 30 июня 2022 г. составил **722,4 тыс. упоминаний** (на **338,7 тыс. или 88% больше, чем в прошлом году**), **425 млн. просмотров**, **9,5 млн. ед. вовлеченности*** и **302 550 авторов**.

Наибольшее число сообщений касалось деятельности НКО – организации помощи гражданам, реализации социальных проектов и прочей волонтерской деятельности. В этом тематическом блоке было зафиксировано **230,5 тыс. упоминаний (32%)**, **144,4 млн. просмотров**, **128,53 тыс. авторов**. **Вовлеченность составила 3,32 млн. единиц**.

Вторая по числу публикаций тема была связана с поддержкой НКО органами власти, в т.ч. партиями и бюджетными организациями. Здесь фиксируются **156,2 тыс. упоминаний (22%)**, **63,75 млн. просмотров**, **1,46 млн. ед. вовлеченности** и **79,96 тыс. уникальных авторов**.

Третью группу составили сообщения, связанные с организованными НКО общественными мероприятиями: праздниками, форумами, публичными акциями. Эта серия публикаций набрала **79,8 тыс. упоминаний (11%)**, **31,86 млн. просмотров** и **873 тыс. ед. вовлеченности***.

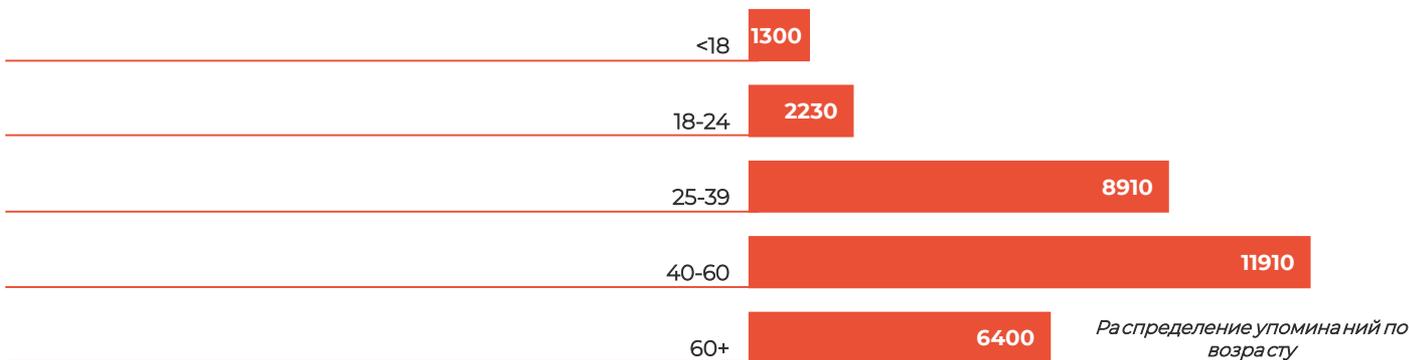
* Вовлеченность – сумма лайков, репостов и комментариев упоминаний

Основная деятельность НКО

Согласно данным **половозрастной структуры пользователей** в социальных сетях, чаще всего к теме деятельности НКО обращаются женщины – они составляют почти **66%** авторов соответствующих публикаций.

Из этих публикаций **58%** были размещены в группах и сообществах, **42%** – на персональных страницах.

В **топ-5** регионов России по количеству опубликованных сообщений, относящихся к деятельности НКО, вошли **г. Москва** (20,5 тыс. упоминаний), **г. Санкт-Петербург** (9,3 тыс. упоминаний), **Свердловская область** (4,7 тыс. упоминаний), **Республика Татарстан** (3,6 тыс. упоминаний) и **Московская область** (3,3 тыс. упоминаний).



Основная деятельность НКО

Ключевые хештеги в публикациях, посвященных деятельности НКО



Ключевые слова в публикациях, посвященных деятельности НКО

Выводы к разделу

Общее количество упоминаний о деятельности некоммерческого сектора с 1 марта по 30 июня 2022 года составило 722,4 тыс. сообщений и 302,5 тыс. авторов, которые набрали 425 млн. просмотров, 8 млн лайков, 635 тыс. репостов и 795 тыс. комментариев. По сравнению с прошлым годом, число публикаций увеличилось на 88% (338,7 тыс. единиц).

Большая часть упоминаний – 230,5 тыс. ед. (32%) – ориентированы на описание деятельности НКО: организацию помощи гражданам и реализацию разнообразных социальных проектов. 156,2 тыс. ед. (22%) упоминаний были связаны с поддержкой НКО органами власти, в т.ч. партиями и бюджетными организациями. Третью группу сообщений составили публикации об организации НКО общественных мероприятий. Эта серия набрала 79,8 тыс. упоминаний (11%). По сравнению с прошлым периодом, где публикации о фандрайзинге занимали лидирующую позицию, в этом году сбору средств было посвящено лишь 11% всех размещенных сообщений.

Сообщения чаще всего были представлены в нейтральной или положительной коннотации. В динамике упоминаний ключевых повесток периода наблюдаются колебания, связанные с высокой активностью государственных некоммерческих структур (АНО «Россия – страна возможностей», фонд Минобороны России «ЗаЩИТа», фонд «Народный фронт. Всё для Победы»), которые занимаются помощью беженцам из Украины и их семьям.

Группу активных авторов, пишущих о деятельности НКО, по-прежнему возглавляют женщины – почти 66%. Возраст активных авторов составляет 40-60 и 25-39 лет.

В топ-3 наиболее упоминаемых организаций вошли: благотворительный фонд Константина Хабенского, фонд «Дом Роналда Макдоналда» и фонд помощи детям «Подари жизнь».

Контакты

Игорь Задорин, научный руководитель

zadorin@zircon.ru

Анастасия Сапонова, менеджер проекта

saponova@zircon.ru

+7 (968) 955-3017, +7 (495) 628-5167

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

<http://zircon.group/>

