



Ежемесячный отчет по публикациям в СМИ и социальных сетях период мониторинга: 01.02 - 28.02.2026



- 1** График информационной активности (ГИА)
- 2** Распределение новостей в СМИ и соцсетях по категориям
- 3** Геолокация публикаций
- 4** Тональность публикаций
- 5** Анализ активности источников

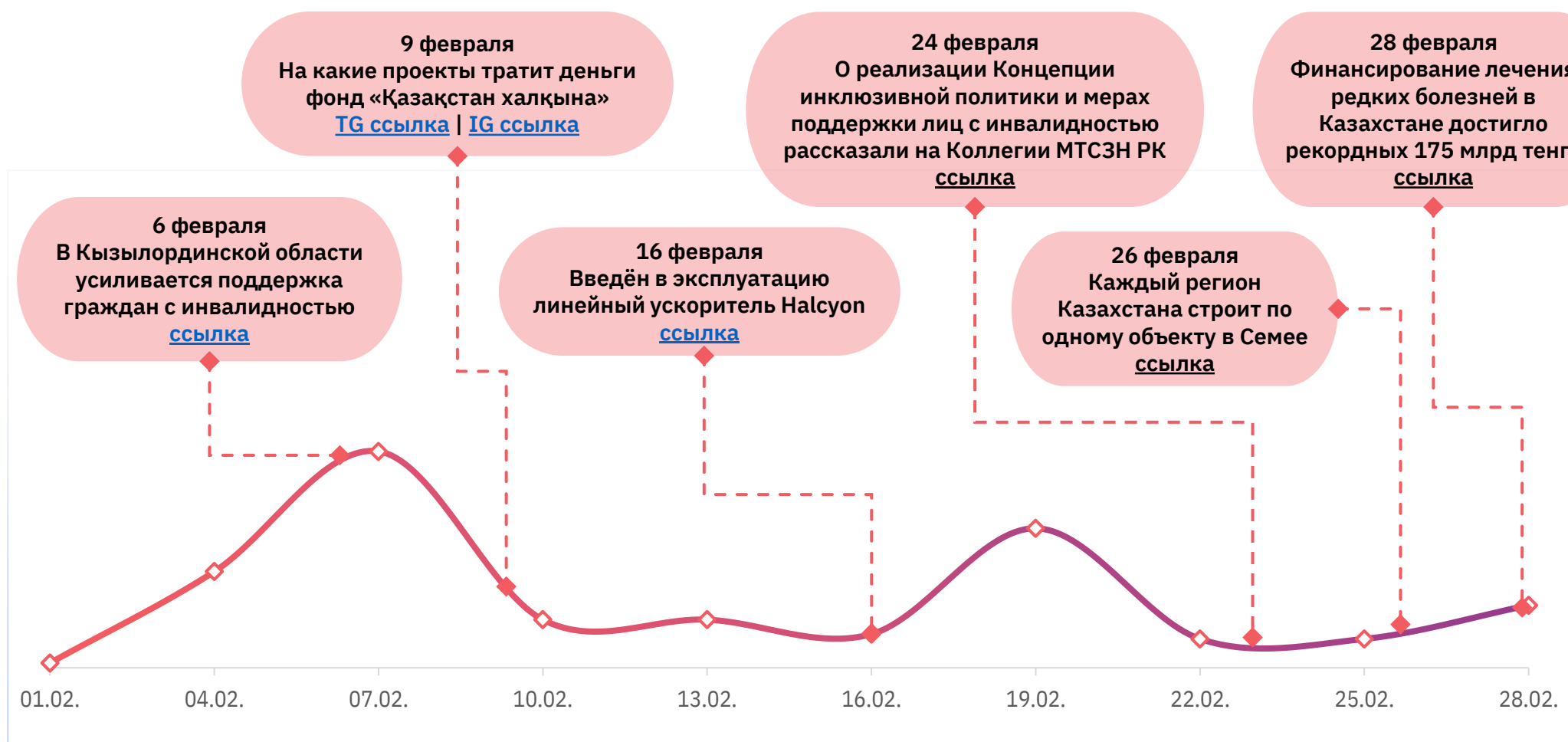




ГРАФИК ИНФОРМАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ (ГИА)

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО
УПОМИНАНИЙ

1091

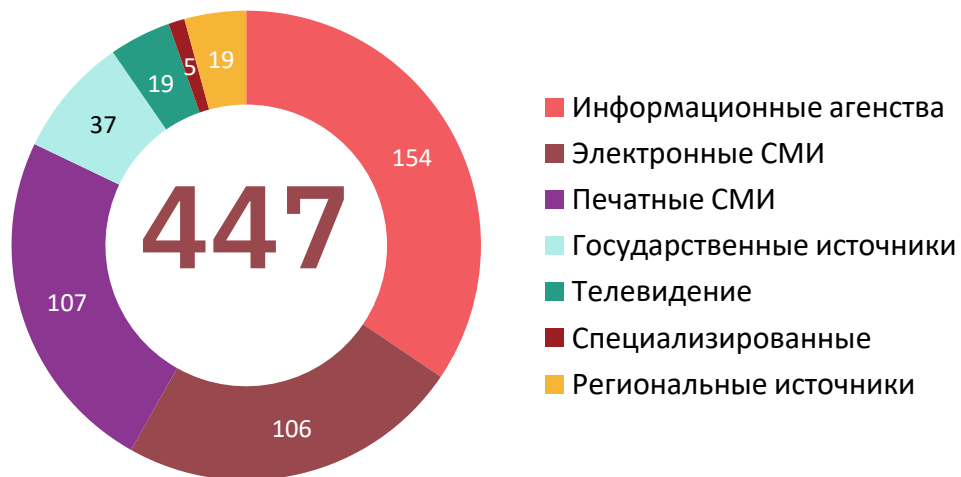




РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НОВОСТЕЙ В СМИ И СОЦСЕТЯХ ПО КАТЕГОРИЯМ

КАТЕГОРИИ ИСТОЧНИКОВ

СМИ



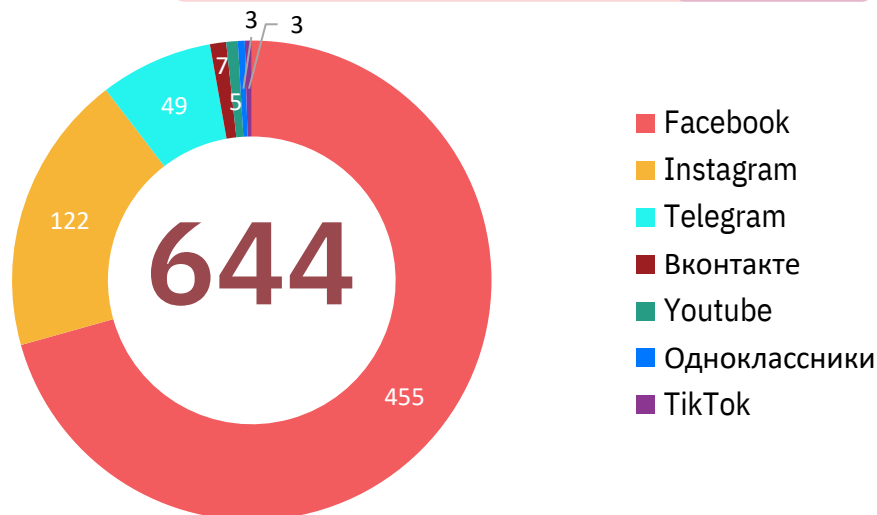
РАЗРЕЗ ТОНАЛЬНОСТИ



В феврале 2026 года медиаприсутствие **Фонда «Қазақстан Халқына»** было сосредоточено преимущественно в информационных агентствах — 154 публикации (34,4%). Значительный вклад также внесли печатные СМИ — 107 публикаций (23,9%) и электронные СМИ — 106 публикаций (23,7%), формируя основную часть информационного поля. Государственные источники обеспечили 37 материалов (8,3%), телевидение и региональные СМИ — по 19 материалов (4,2%), тогда как специализированные издания были представлены минимально — 5 публикациями (1,1%).

КАТЕГОРИИ ИСТОЧНИКОВ

Соцсети



РАЗРЕЗ ТОНАЛЬНОСТИ



В феврале 2026 года основное присутствие **Фонда «Қазақстан халқына»** в социальных сетях обеспечивалось через платформы Facebook (70,7%), Instagram (18,9%) и Telegram (7,6%), что свидетельствует о фокусе на официальной коммуникации и взаимодействии с широкой общественностью. Менее активно использовались YouTube (0,8%) и «ВКонтакте» (1,1%), тогда как «Одноклассники» (0,5%) и TikTok (0,5%) занимали минимальную долю в структуре медиаприсутствия.





ГЕОЛОКАЦИЯ ПУБЛИКАЦИЙ ПО РЕГИОНАМ КАЗАХСТАНА



Максимальное число публикаций о деятельности Фонда «Қазақстан Халқына» зарегистрировано в Астане (104), Алматы (63) и на республиканском уровне (118), что указывает на высокий интерес к социальным инициативам фонда в столичных и общенациональных медиа.

Сравнительно меньше публикаций зафиксировано в регионах: Кызылординская область — 26, область Жетысу — 16, Актюбинская область и ВКО — по 14, Костанайская область и СКО — по 13, Шымкент — 10.

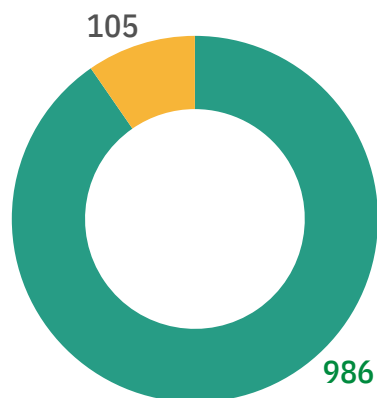
Остальные области демонстрируют минимальную активность (от 2 до 7 публикаций), что может отражать ограниченную вовлечённость региональных медиа или ограниченный доступ к информационным ресурсам.





ТОНАЛЬНОСТЬ ПУБЛИКАЦИЙ

ДОЛЯ МАТЕРИАЛОВ В РАЗРЕЗЕ
ПО ТОНАЛЬНОСТИ В СМИ + СОЦСЕТИ



Net Sentiment Score (NSS)
0,90

ПОЗИТИВНАЯ МЕДИАТОНАЛЬНОСТЬ:
КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ

Большинство публикаций о Фонде «Қазақстан Халқына» носят позитивный характер — 986 материалов, что формирует устойчивый благоприятный информационный фон. Нейтральных сообщений зафиксировано 105, негативные публикации отсутствуют.

Net Sentiment Score (NSS) составляет 0,90, что указывает на практически полностью позитивное восприятие фонда в информационном поле.

Позитивная повестка связана с ключевыми инициативами: введением линейного ускорителя Halcyon, поддержкой лиц с инвалидностью на Коллегии МТСЗН РК, рекордным финансированием лечения редких заболеваний (175 млрд тенге) и строительством объектов в каждом регионе, включая Семей.

В отчетный период освещалась новость о расширенном заседании Коллегии Министерства труда и соцзащиты РК, посвященном реализации Концепции инклюзивной политики и мерам поддержки лиц с инвалидностью. Фонд «Қазақстан Халқына» совместно с Министерством реализовал проект по реабилитации детей на дому: инновационными средствами обеспечены 508 детей, у 361 зафиксирован положительный эффект, из них 23 научились самостоятельно ходить.

Одним из значимых информационных поводов стало сообщение о том, что финансирование лечения редких заболеваний в Казахстане достигло рекордных 175 млрд тенге, часть которых выделяется с участием Фонда «Қазақстан Халқына». В стране зарегистрировано около 73 тысяч пациентов с редкими болезнями, включая почти 14 тысяч детей, и впервые актуализирован Перечень орфанных заболеваний по международным стандартам для повышения прозрачности и эффективности системы.





АНАЛИЗ АКТИВНОСТИ ИСТОЧНИКОВ

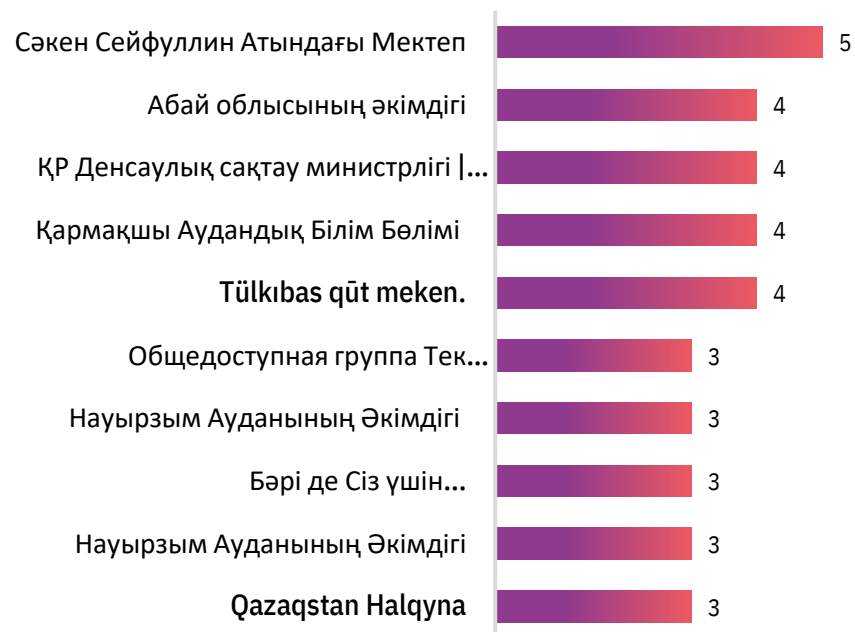
ТОП 10 ИСТОЧНИКОВ

СМИ



ТОП 10 ИСТОЧНИКОВ

Соцсети



ОХВАТ И ВОВЛЕЧЕННОСТЬ



7 490 лайков



11.1 млн. аудитория



829 комментариев



Вся представленная информация подготовлена на основе данных, полученных из **автоматизированной системы мониторинга СМИ и социальных сетей iMAS**.

Система обеспечивает комплексный сбор, анализ и визуализацию медиаданных в реальном времени по многоканальным источникам.

Компания активно сотрудничает и поддерживает **профессиональное медиа- и PR-сообщество**, развивая стандарты аналитики и прозрачной оценки коммуникационной эффективности.

В своей работе по репутационному аудиту брендов компания руководствуется **Барселонскими принципами медианализа (Barcelona Principles)**, основанными на точности, объективности и измеримости PR-результатов.



ВЕБ-САЙТ



TELEGRAM



ОТЗЫВЫ

Все выводы и рекомендации основаны на данных медиасистемы iMAS и предназначены для формирования стратегических решений в области PR, коммуникаций и репутационного менеджмента заказчика

ИСПОЛЬЗУЕМАЯ МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТРИКИ АНАЛИЗА

Количество публикаций (Volume) — общий объём упоминаний бренда; показывает интенсивность информационного потока и степень внимания аудитории.

Охват (Reach/Coverage) — суммарное количество пользователей, потенциально увидевших публикации; отражает масштаб коммуникационного воздействия.

Тональность (Sentiment Ratio) — соотношение позитивных, нейтральных и негативных упоминаний; позволяет оценить эмоциональное восприятие бренда.

Net Sentiment Score (NSS) — интегральный индекс общественного восприятия; рассчитывается как разница между долей позитивных и негативных упоминаний. Интерпретация: от -1 (негатив) до +1 (позитив); значения от +0,5 и выше отражают уверенно позитивный медиапрофиль.

