



Ежемесячный отчет по публикациям в СМИ и социальных сетях период мониторинга: 01.03 - 31.03.2026



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

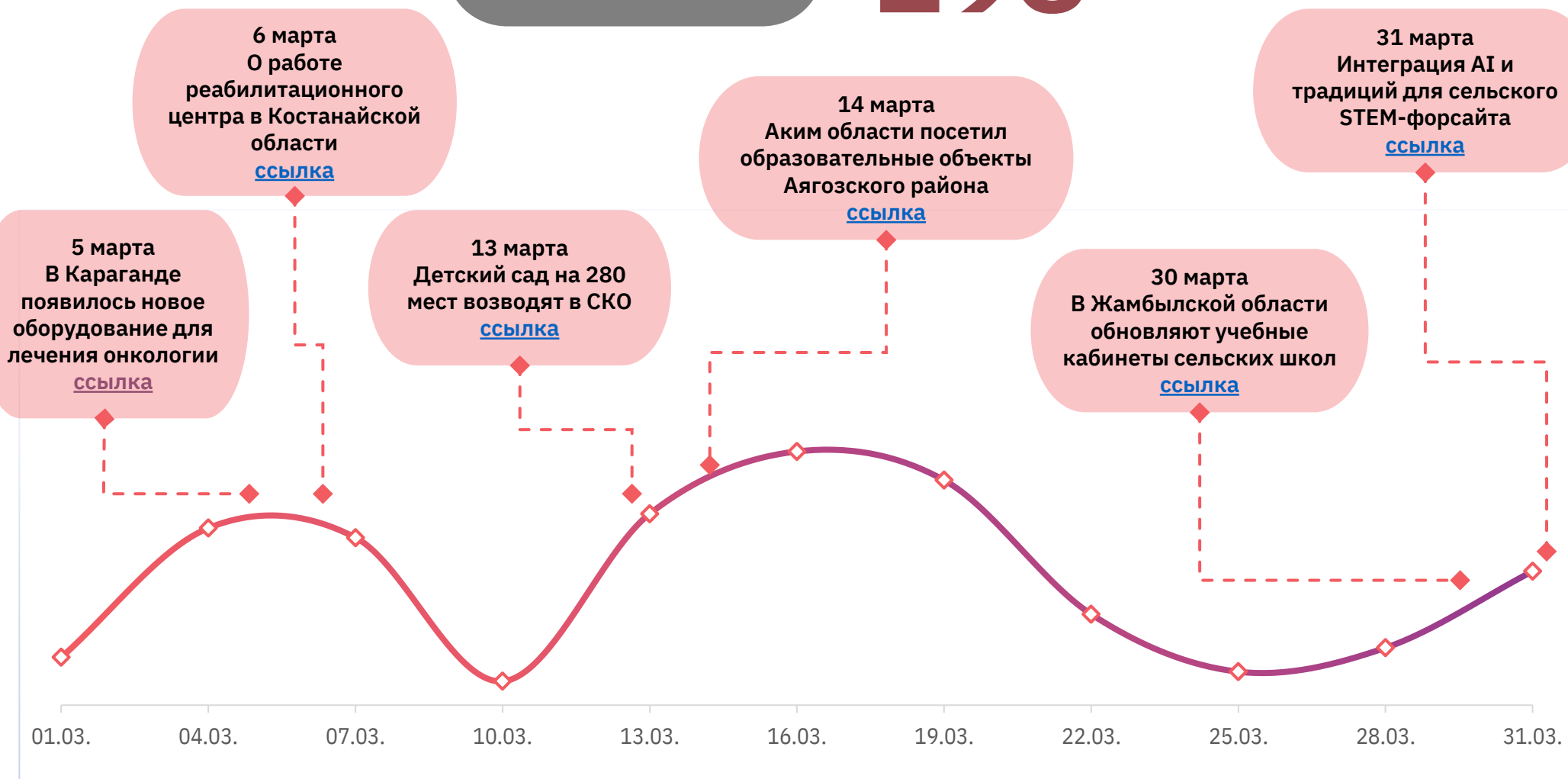




ГРАФИК ИНФОРМАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ (ГИА)

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО
УПОМИНАНИЙ

293





РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НОВОСТЕЙ В СМИ И СОЦСЕТЯХ ПО КАТЕГОРИЯМ

КАТЕГОРИИ ИСТОЧНИКОВ

СМИ



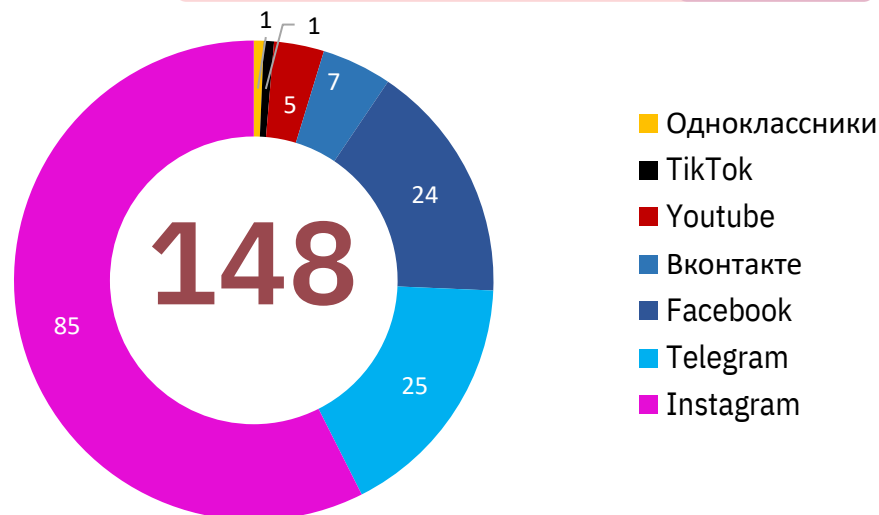
РАЗРЕЗ ТОНАЛЬНОСТИ



В марте 2026 года медиаприсутствие Фонда «Қазақстан Халқына» было сосредоточено преимущественно в электронных СМИ — 41 публикация (28,4%). Значительный вклад также внесли информационные агентства — 37 публикаций (25,7%) и печатные СМИ — 23 публикации (16,0%), формируя основную часть информационного поля. Государственные источники обеспечили 17 материалов (11,8%), региональные источники — 13 материалов (9,0%), телевидение — 7 материалов (4,9%), специализированные издания — 6 материалов (4,2%), тогда как агрегаторы СМИ были представлены минимально — 1 публикацией (0,7%).

КАТЕГОРИИ ИСТОЧНИКОВ

Соцсети



РАЗРЕЗ ТОНАЛЬНОСТИ



В марте 2026 года основное присутствие Фонда «Қазақстан халқына» в социальных сетях обеспечивалось через платформы Instagram (57,8%), Telegram (17,0%) и Facebook (16,3%), что свидетельствует о фокусе на визуальной коммуникации и оперативном взаимодействии с широкой аудиторией. Менее активно использовались «ВКонтакте» (4,8%) и YouTube (3,4%), тогда как TikTok (0,7%) и «Одноклассники» (0,7%) занимали минимальную долю в структуре медиаприсутствия.





ГЕОЛОКАЦИЯ ПУБЛИКАЦИЙ ПО РЕГИОНАМ КАЗАХСТАНА



Максимальное число публикаций о деятельности Фонда «Қазақстан Халқына» зарегистрировано на республиканском уровне (158), а также в Астане (29), Алмате (20), и Северо-Казахстанской области (19), что указывает на высокий интерес к социальным инициативам фонда в общенациональных и крупнейших региональных медиа.

Сравнительно меньше публикаций зафиксировано в ряде регионов: Костанайская область — 13, Жамбылская область — 11, Актюбинская область — 7, Карагандинская, Кызылординская и Восточно-Казахстанская области — по 6, Павлодарская область — 5, Западно-Казахстанская область — 4.

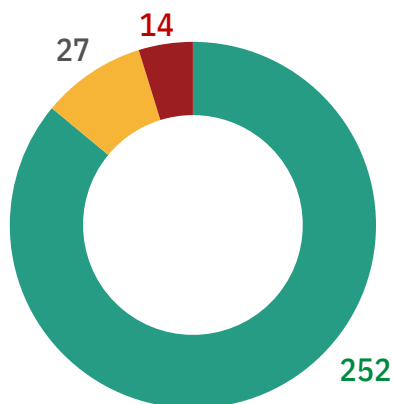
Минимальная активность наблюдается в Акмолинской, Абайской и Улытауской областях (по 2), а также в Шымкенте, Атырауской и Туркестанской областях (по 1 публикации), что может отражать ограниченную вовлечённость региональных медиа или недостаточную представленность информации на местном уровне.





ТОНАЛЬНОСТЬ ПУБЛИКАЦИЙ

ДОЛЯ МАТЕРИАЛОВ В РАЗРЕЗЕ
ПО ТОНАЛЬНОСТИ В СМИ + СОЦСЕТИ



Net Sentiment Score (NSS)
0,81

ПОЗИТИВНАЯ МЕДИАТОНАЛЬНОСТЬ:
КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ

Большинство публикаций о Фонде «Қазақстан Халқына» носят позитивный характер — 252 материалов, что формирует устойчивый благоприятный информационный фон. Нейтральных сообщений зафиксировано 27, негативные публикации составили 14 материалов.

Net Sentiment Score (NSS) составляет **0,81**, что свидетельствует о преимущественно позитивном восприятии фонда в информационном поле.

Позитивная повестка связана с ключевыми инициативами: развитием сельского STEM-образования и интеграцией AI в школах, расширением реабилитационной помощи детям с ограниченными возможностями в Костанайской области, строительством ключевых социальных объектов в регионах и обновлением образовательной инфраструктуры в сельских школах.

В отчетный период освещалась новость о развитии сельского STEM-образования с акцентом на вклад Фонда «Қазақстан Халқына». Фонд совместно с партнерами участвует в создании современной образовательной инфраструктуры в сельских школах, включая развитие цифровой среды и STEM-направлений. В рамках республиканского интенсива учителя представили инновационные проекты, интегрирующие искусственный интеллект и национальные традиции.

Одним из значимых информационных поводов стало сообщение о развитии системы реабилитационной помощи детям с ограниченными возможностями в Костанайской области при поддержке Фонда «Қазақстан Халқына». На оснащение реабилитационного центра на 60 мест фонд направил 1 млрд тенге, что позволило расширить охват услугами с 400 до не менее 900 детей ежегодно. Также отмечено, что при участии фонда в регионе планируется строительство физкультурно-оздоровительного комплекса для людей с ограниченными возможностями.





АНАЛИЗ АКТИВНОСТИ ИСТОЧНИКОВ

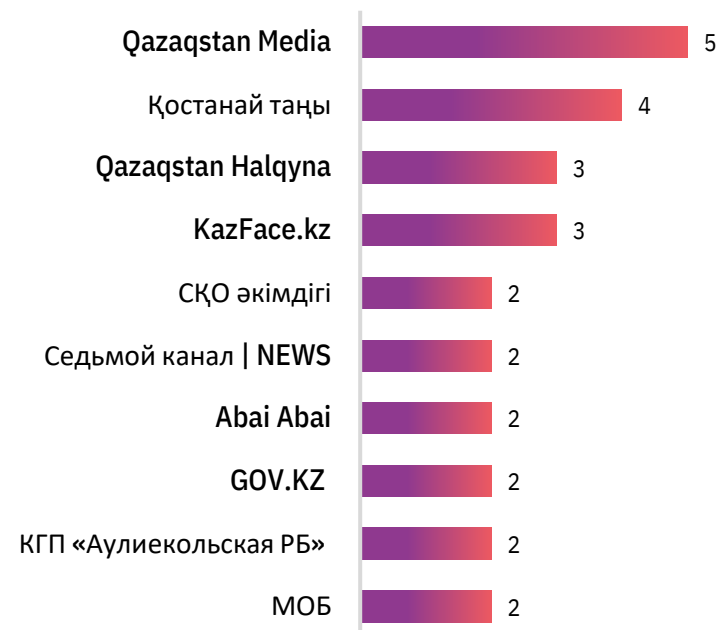
ТОП 10 ИСТОЧНИКОВ

СМИ



ТОП 10 ИСТОЧНИКОВ

Соцсети



ОХВАТ И ВОВЛЕЧЕННОСТЬ



5 355 лайков



16.4 млн. аудитория



938 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 объем 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.

