



Ежемесячный отчет по публикациям в СМИ и социальных сетях период мониторинга: 01.09 - 30.09.2026



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

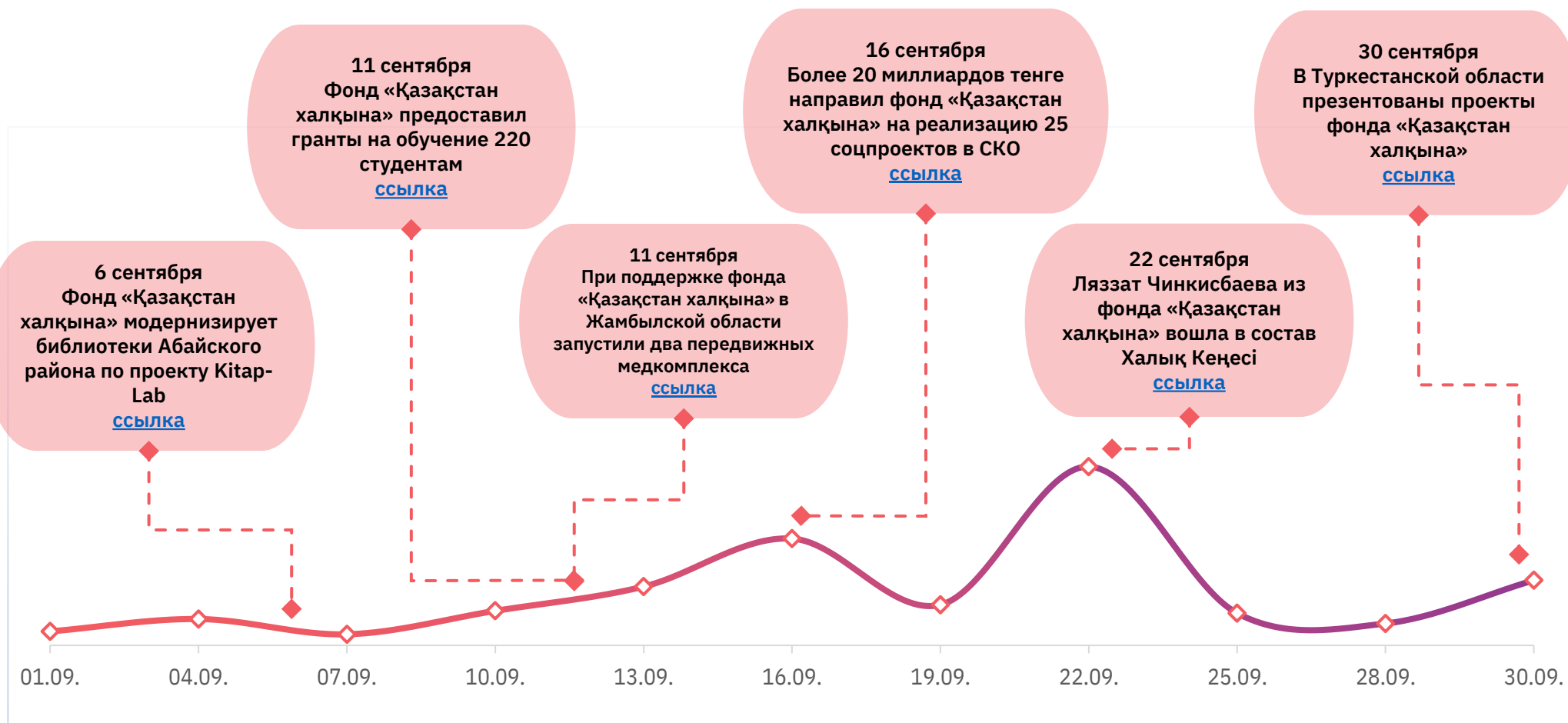




ГРАФИК ИНФОРМАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ (ГИА)

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО
УПОМИНАНИЙ

2238





РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НОВОСТЕЙ В СМИ И СОЦСЕТЯХ ПО КАТЕГОРИЯМ

КАТЕГОРИИ ИСТОЧНИКОВ

СМИ



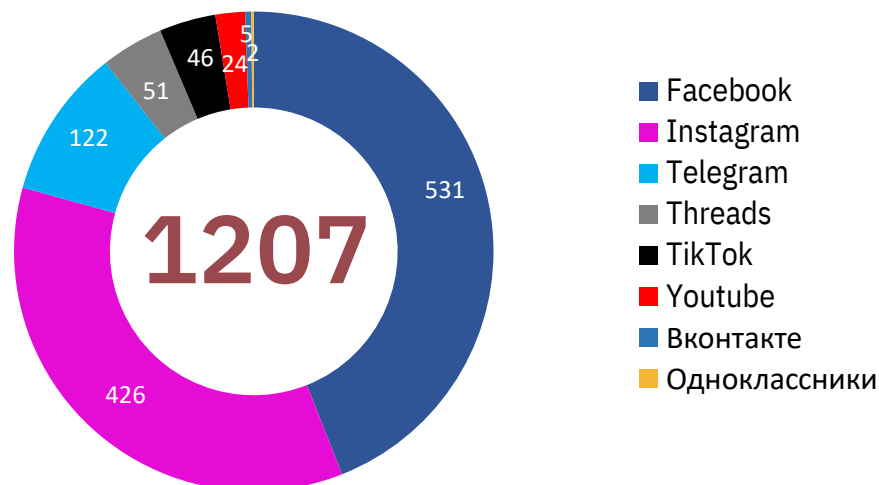
РАЗРЕЗ ТОНАЛЬНОСТИ



В сентябре 2026 года медиаприсутствие Фонда «Қазақстан Халқына» было сосредоточено преимущественно в информационных агентствах (35,4%) и электронных СМИ (33,6%), которые сформировали основную часть информационного поля. Значительный вклад также внесли печатные СМИ (12,3%) и государственные источники (8,9%). Телевидение обеспечило 4,3% медиаприсутствия, региональные источники — 4,0%, специализированные издания — 1,1%, тогда как агрегаторы СМИ были представлены минимально (0,5%).

КАТЕГОРИИ ИСТОЧНИКОВ

Соцсети



РАЗРЕЗ ТОНАЛЬНОСТИ



В сентябре 2026 года основное присутствие Фонда «Қазақстан Халқына» в социальных сетях обеспечивалось через платформы Facebook (44,0%), Instagram (35,3%) и Telegram (10,1%), которые сформировали подавляющую часть медиаприсутствия. Менее активно использовались Threads (4,2%) и TikTok (3,8%), тогда как YouTube (2,0%), ВКонтakte (0,4%) и «Одноклассники» (0,2%) занимали минимальную долю в структуре медиаприсутствия.





ГЕОЛОКАЦИЯ ПУБЛИКАЦИЙ ПО РЕГИОНАМ КАЗАХСТАНА



В сентябре 2026 года максимальное число публикаций о деятельности Фонда «Қазақстан Халқына» зарегистрировано на республиканском уровне (1483), а также в Астане (229) и Алматы (168), что указывает на высокий интерес к социальным инициативам фонда в общенациональных и крупнейших региональных медиа. Значительное количество публикаций также зафиксировано в Жамбылской области (55), Туркестанской области (41), Восточно-Казахстанской области (31) и Северо-Казахстанской области (29).

Сравнительно меньше публикаций зафиксировано в Шымкенте (28), Кызылординской области (25), Актюбинской и Карагандинской областях (по 24), Жетысуской области (19), Абайской области (16), а также в Западно-Казахстанской и Костанайской областях (по 11).

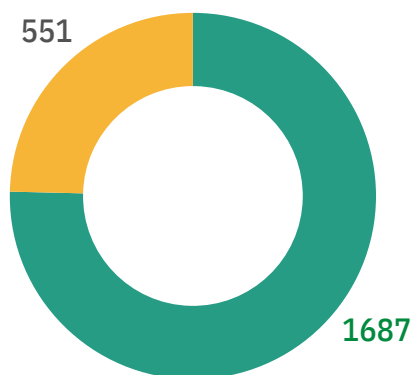
Минимальная активность наблюдается в Атырауской и Алматинской областях (по 9), Павлодарской области (8), Акмолинской и Мангистауской областях (по 7), а также в области Ұлытау (4), что может отражать ограниченную вовлечённость региональных медиа или недостаточную представленность информации о деятельности фонда на местном уровне.





ТОНАЛЬНОСТЬ ПУБЛИКАЦИЙ

ДОЛЯ МАТЕРИАЛОВ В РАЗРЕЗЕ
ПО ТОНАЛЬНОСТИ В СМИ + СОЦСЕТИ



Net Sentiment Score (NSS)
0,75

ПОЗИТИВНАЯ МЕДИАТОНАЛЬНОСТЬ:
КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ

Большинство публикаций о Фонде «Қазақстан Халқына» носят позитивный характер: зафиксировано 1687 материалов, что формирует устойчивый благоприятный информационный фон. Нейтральных сообщений зафиксировано 551, негативные публикации отсутствовали.

Net Sentiment Score (NSS) составляет **0,75**, что свидетельствует о преимущественно позитивном восприятии фонда в информационном поле.

Позитивная повестка связана с запуском в Жамбылской области двух передвижных медицинских комплексов, выделением 220 образовательных грантов, утверждением проекта «QH Ауыл мектебі» для сельских школ ВКО, презентацией 25 реализованных проектов в Туркестанской области, открытием двух домов культуры и спортивного комплекса в СКО, а также модернизацией библиотек Абайского района.

В отчётный период освещалась новость об утверждении Попечительским советом Фонда «Қазақстан Халқына» благотворительного проекта «QH Ауыл мектебі: тең мүмкіндік – Шығыс Қазақстан облысы». Инициатива направлена на ликвидацию образовательного разрыва между городскими и сельскими школами региона. Общий бюджет проекта составляет 2,88 млрд тенге, из них 2,46 млрд тенге финансирует фонд. Эти средства направят на оснащение 151 современного учебного кабинета в 36 малокомплектных и 30 полнокомплектных сельских школах. Акимат области вложит 346,7 млн тенге в ремонт помещений, повышение квалификации педагогов, увеличение скорости интернета в опорных школах и доплаты учителям за онлайн-уроки.

Одним из значимых информационных поводов стал пресс-тур в Туркестанской области, в ходе которого были презентованы проекты Фонда «Қазақстан Халқына». С 2022 года при поддержке фонда в регионе реализовано 25 социально значимых проектов на сумму более 20,375 млрд тенге. Около 40 журналистов и активистов социальных сетей посетили школу имени А. Сыгая, центр для детей с аутизмом в Туркестане и специальный комплекс №1 с новой телестудией. В 2026 году общая стоимость реализуемых в области проектов составляет 7,57 млрд тенге, из них 5,14 млрд тенге приходится на образование. Одним из крупнейших проектов станет внедрение опыта лицеев «Білім-Инновация» в 100 школах с охватом более 60 тысяч учащихся.

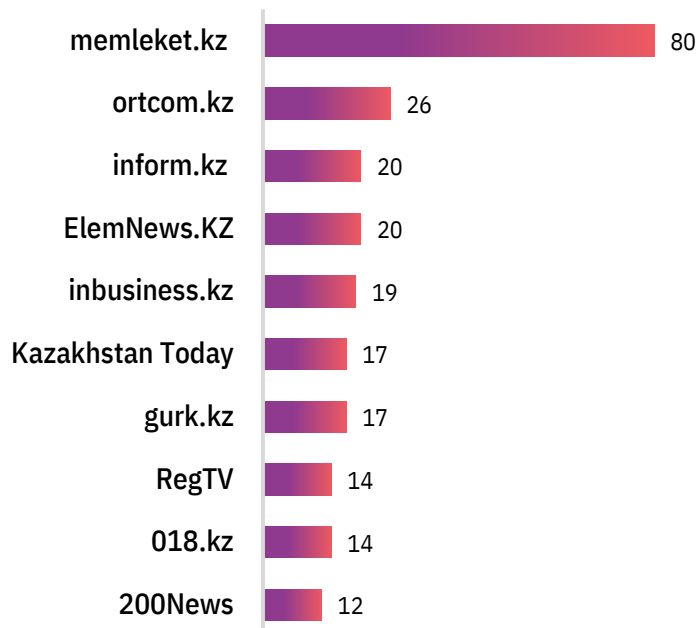




АНАЛИЗ АКТИВНОСТИ ИСТОЧНИКОВ

ТОП 10 ИСТОЧНИКОВ

СМИ



ТОП 10 ИСТОЧНИКОВ

Соцсети



ОХВАТ И ВОВЛЕЧЕННОСТЬ



282 тыс. лайков



16.2 млн. аудитория



150 тыс. 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.

