

# Взаимодействие СМИ и НКО



# Я и НКО



М Е Д И А  
Ш К О Л А Н К О

#НКО:  
как стать популярнее  
в медиа и соцсетях



SchoolInko.ru

# Медиа и НКО



Количество  
зарегистрированных НКО  
в России — **216 000**  
(источник: Minjust.ru)



Количество  
зарегистрированных СМИ  
в России — **77583**  
(источник: Роскомнадзор)

**НКО больше медиа почти в 3 раза**

# Исследование

53%

797

представители НКО

46%

692

представители СМИ

**1489 респондентов**

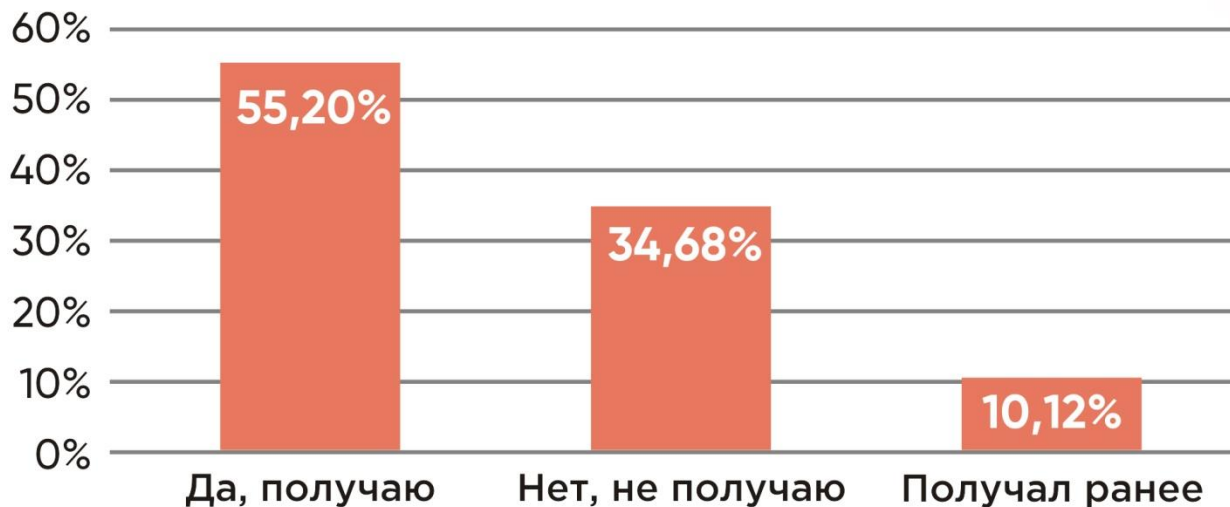


М Е Д И А  
Ш К О Л А Н К О

[Schoolnko.ru/NKO.pdf](https://Schoolnko.ru/NKO.pdf)

# Журналисты не получают от НКО информацию (1\3 респондентов)

Получаете ли Вы пресс-релизы или иные информационные материалы от НКО Вашего региона?



# Большинство журналистов считают интересными материалы НКО

Были ли Вам интересны материалы, содержащиеся в пресс-релизах или иных рассылках?



# Общественники чаще коммуницируют со СМИ, нежели журналисты с общественниками

Были ли у Вас рабочие контакты с представителями НКО за последние 2 года? Если да, то как часто?

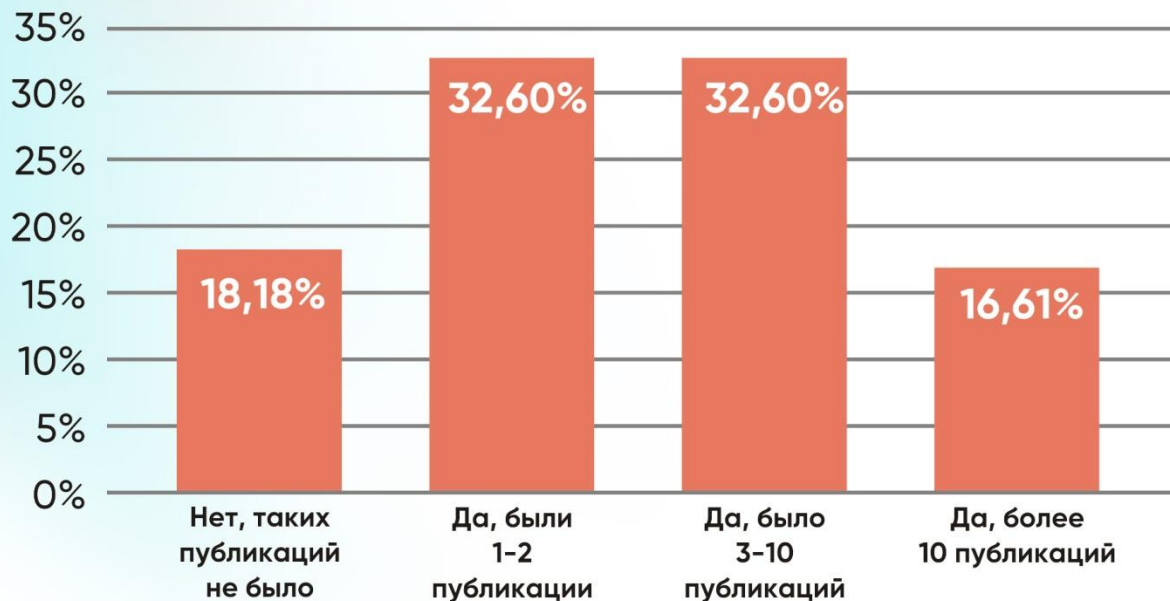


Были ли у Вас рабочие контакты с представителями СМИ за последние 2 года? Если да, то как часто?



# Журналисты пишут о деятельности НКО

Были ли у Вас публикации (репортажи, передачи, иные формы контента) о деятельности НКО за последние 2 года?  
Если были, то укажите, пожалуйста, количество.



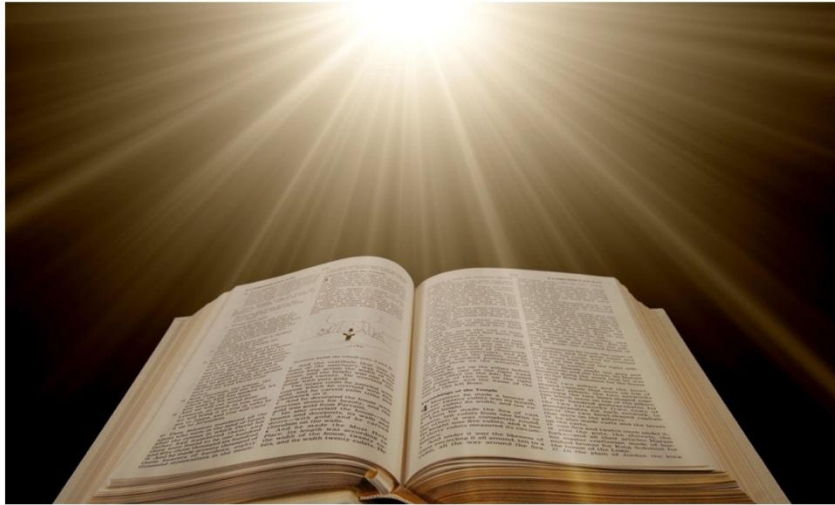


# У общественников нет медиакомпетенций (знаний в области медиа и социальных сетей)

Как Вы считаете, что мешает более активно освещать деятельность НКО? (выберите все подходящие варианты)



# Пресс-релиз типичного НКОшника



ожидание

V<t\$Qf~a taw3я9>v#<FqWPIГ† фд...At<+<И<ј :  
ГММV<t\$Q...цу<D\$э...At-3 , ё ΛГЗА%-F+j %FqИАэ фд%Fq...A<D\$эu...  
ГММММh д†+и- YГММММУ,д†+ГММММММММММј иГм ...Athэф,+ј|ј hшy,+јav  
...At#<fш\*t;fш,tqfш)тэфштгшlt|гшiu-ЗАГеј ГМММММММММММгэSU<|  
д†+Qя-Op,+...AuKТ\$+Rh + +hp† +јзh д†+иIГ† фд†<ш...biu-<D\$+h@ф,+Ph8ф,+hшy  
д†fш т f| \$† t=<T\$KЛ\$тQUVwри8... фд†%D\$+f| \$† t<L\$KД\$тPUVwиh† f  
YММММММММММММ<D\$Q<L\$+<T\$эQ<L\$QR% D\$+KД\$+Pј Qикюяягд†B+ MМММММММгм<D  
†<L\$†<T\$ј %D\$†<D\$P%L\$эKЛ\$Q%D\$†<T\$ј Rиюяягд BГ MМММММММММММQY\$д†+VРя  
м< <D\$†гд†AYB: <D\$э<NcPQив фд...Au(hPф,+ј hнф,+hшy,+hи иф< фд†  
h+x,+ј+hPф,+hшy,+hч и:э еј фд†YГY\$д†+Pя-Op,+...AugKэ\$Qh + +hp† +јз  
<L\$Q<PcQRилэ фд...Au%hPф,+ј hаф,+hшy,+hю и\* е фд†YГ<Hc; L\$:  
3|,д†+ ...At%hф,+ј-h|ф,+hшy,+he и • е фд†YГ3AYГh+x,+ј-hdф,+  
июяягд...Λ[B+ MМММММММММММММММQY\$д†+Pя-Op,+...AuIKэ\$Qh + +hp† +јзh д†+и...  
†...цэ,,Ж <L\$+<PcQRи> фд...Au)hPф,+ј hаф,+hшy,+hю иэ фд†\_ē  
†+V<И<BcWяP%D\$э3|,д†+ ...At)hф,+ј-h|ф,+hшy,+he иы| фд†\_ē- ΛY  
†<V<Vw<| \$†ј,Ps идьяягд...Λ[Bэ MМММММММММММ<D\$†S<V<t\$†w<| \$†  
†+и† фд†...Au(<т\$h@ф,+Rh8ф,+hшy,+hц и'ј <D\$†гд†YBэ Vw<| \$†...яэ,,Т  
AYBэ fх<јт)hPф,+ј hяф,+hшy,+hя и фд†\_ē AYBэ <Hэ<+јя%, д†+V<  
3AAYBэ h+x,+ј-hdф,+hшy,+hы и<L фд†\_ē AYBэ MМММММММММММММММ<D\$†S  
+hp† +јзh д†+и-I фд†...Au(<т\$h@ф,+Rh8ф,+hшy,+h! ис, <D\$†гд†YBэ <L  
Hэ3AYBэ еј YBэ Гмр Y<O†+3Д%,,\$м ј KДS†PиN~ ...At+2A<H\$M  
†+%†( ††)-fш иГј\$< лэ3|O † лэ|O † фш,зэГбиюяя%\$ †+<ь\$  
†+яи,ияяY\$ †+ГММММММММММММММ†= †+яиивюяяY, †+ГММММММММММММММ†=  
†+|<Y\$ †+; D\$†-ē ГЗАГММММММММММММММММ†= †+яи|ирюяя<L\$...йu|не

реальность

# Чего ждет журналист?



Просмотров и вовлеченности



Качественного пресс-релиза, анонса, лонгрида



Хорошую и эмоциональную историю



Классного героя и много ярких деталей



Доброго отношения без атакующих звонков  
и веерных рассылок



Социального эффекта

# Чего ждет общественник?



Помощи журналиста



Новую аудиторию для проекта



Социального эффекта



Известность организации

**Медиа + НКО = ?**

## Что получит СМИ?

- Тему дня и фактуру, героев
- Экспертное мнение
- Новую аудиторию
- Социальный эффект

## Что получит НКО?

- Решение социальной проблемы
- Паблицити организации
- Новую аудиторию

# Чтобы про вас больше знали в соцсетях, необходимо:

1. Иметь страницы в популярных соцсетях.
2. Вести каналы в мессенджерах.
3. Разработать контент-план и единый стиль оформления.
4. Постить контент ежедневно.
5. Развлекать аудиторию.
6. Формула: 40% про бренд, 60% про полезный контент.