

Название организации:

Автономная некоммерческая организация «Агентство социальной информации»

Название Программы:

Медиациентр для московских НКО и общественной пользы

Краткое описание Программы:

В ходе программы АСИ окажет комплексную информационную поддержку московским СО НКО и гражданским инициативам, реализующим социальные проекты в интересах москвичей и города. Основой проекта будет непрерывная лента новостей АСИ, отражающая в достаточной мере весь спектр деятельности более 500 активных московских НКО и инициативных групп. Новости АСИ будут дополняться аналитическими статьями, персональными историями активистов и волонтеров, анонсами событий, коммуникациями в социальных сетях. Одновременно АСИ будет погружать в социальную проблематику студентов-журналистов и работать с НКО, помогая им усовершенствовать свои коммуникации, чтобы стать более открытыми, достойными доверия, а значит, более устойчивыми. Для привлечения внимания к практикам благотворительности/волонтерства на основе материалов будет создана анимированная инфографика с инструкциями о том, как горожане могут помочь НКО в решении той или иной важной для города социальной проблемы.

Срок реализации:

30.09.2017

Основные целевые аудитории и их значение для Программы:

<i>Целевая аудитория</i>	<i>Значение</i>
Москвичи – активные граждане, потенциальные волонтеры и сторонники некоммерческих организаций и гражданских инициатив (пользователи интернет-сайтов АСИ и социальных сетей) – 47,048 тыс. чел.	Москвичи – конечные благополучатели программы. Мы считаем, что они могут пользоваться услугами НКО, поддерживать их как волонтеры и благотворители, а также вдохновляться примером лучших организаций для развития собственного опыта самоорганизации.
Московские СО НКО, заинтересованные в повышении общественной поддержки и уровня профессиональной компетенции в сфере коммуникаций – 361	НКО – институциональная основа гражданского общества, носители эффективных практик гражданского участия, поставщики социальных услуг и возможностей проявить себя в общественно полезной деятельности. Они выступают как благополучатели программы и как поставщики контента для информационных ресурсов АСИ.
Студенты факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, обучающиеся по специальности «Журналистика», 4 курс в/о – 12	АСИ считает очень важным работать с журналистами и формировать их отношение к общественной активности и НКО на ранней стадии, чтобы, получив профессию, они могли грамотно освещать эту сферу деятельности. В ходе проекта многие студенты уже начинают помогать НКО в коммуникациях как волонтеры.

Территория реализации:

Вся Москва

ОТЧЕТ
о выполнении условий, целей и порядка использования
ранее предоставленной части субсидии
по состоянию на 31 марта 2017 г.

Основные результаты, достигнутые в отчетный период:

А. Количественные показатели:

<i>Наименование показателя</i>	<i>Количественное измерение показателя</i>
<p>1. Рост московской аудитории распространяемых информационных продуктов (материалов сайта, включая информационные продукты) и активности аудитории:</p> <ul style="list-style-type: none"> - количество посетителей сайта АСИ, страниц АСИ в социальных сетях, подписчиков информационных выпусков, количество активных действий аудитории (заходы на страницы, комментирование, репосты и т.п.). - количество посетителей сайта «Так просто», аудитории в социальных сетях. 	<p>Аудитория сайта АСИ – 165,799 тыс. чел. (44,218 тыс. московская аудитория), из них:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 152,424 тыс. пользователей сайта АСИ, в т.ч. 39,445 тыс. (25,88 %) чел. – московская аудитория; - 3,453 тыс. подписчиков, в т.ч. 1,123 тыс. московская аудитория; - 9,922 тыс. аудитория социальных сетей (Фейсбук – 7,54 тыс. пользователей (3,01 тыс. из Москвы), Вконтакте – 2,105 тыс. чел. (0,64 тыс. из Москвы), твиттер – 0,277 тыс. чел.). <p>Аудитория сайта «Так просто» – 8,825 тыс. чел. (в т.ч. 2,83 тыс. из Москвы), из них:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 6,872 тыс. пользователей сайта Так просто, из них 2,029 тыс. (30 %) чел. из Москвы; - 1,953 тыс. пользователей соц.сетей Так просто – 0,833 тыс. чел. в фейсбуке (из них 0,387 тыс. из Москвы), 0,891 тыс. чел. Вконтакте (из них 0,414 тыс. из Москвы), 0,229 тыс. – в твиттере).
<p>2. Рост поступающей от московских СО НКО информации о своей деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - количество московских НКО-нюсмейкеров для создания новостей и информационных продуктов; - количество московских НКО в базе сайта «Так просто»; - повышение количества и качества поступающей информации от НКО в адрес редакции и публикуемых сообщений на сайте АСИ через сервис «Прислать новость». 	<p>Количество нюсмейкеров сайта АСИ из Москвы – более 150 (данные будут уточнены позже (в конце 2016 года была запущена новая мобильная версия сайта АСИ, усовершенствован каталог НКО, но требуются работы по увязке упоминаний НКО и публикаций о них за период – до апреля 2017 года).</p> <p>Количество московских НКО в базе сайта «Так просто» - 169 НКО, добавлено новых 6.</p> <p>Количество информации от НКО, поступивших в рубрику «Жизнь НКО» через сервис «Прислать новость» - 107.</p>
<p>3. Расширение информационной поддержки деятельности московских СО НКО и благотворительных и добровольческих инициатив.</p>	<p>Количество информационных материалов на сайте АСИ и распространяемых специальных информационных продуктов на сайте АСИ и в социальных сетях:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 722 новостных материалов (новостей и анонсов); - 4 фоторепортажа; - 12 выпусков дайджеста «Москва

	<p>некоммерческая»;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 11 выпусков афиши благотворительных и добровольческих мероприятий «Выходные со смыслом»; - 2 статьи «Город НКО». <p>Количество материалов на сайте «Так просто» - 51 материал (37 анонсов, 4 запись в блоге, 4 истории, 6 новые НКО добавлены в базу сайта).</p> <p>Количество мероприятий московских НКО, получивших дополнительную информационную поддержку АСИ 18 (4 фоторепортажа и 14 баннеров на сайте АСИ).</p>
4. Рост количества будущих журналистов – студентов факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, осведомленных о деятельности московских СО НКО.	12 студентов бакалавров факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 4 курс в/о – участники встреч с НКО и экскурсий в НКО.
5. Рост количества сотрудников и волонтеров московских СО НКО, повысивших уровень знаний в области коммуникаций.	37 человек из Москвы, участники двух вебинаров, проведенных в отчетный период.

Б. Качественные показатели:

<i>Наименование показателя</i>	<i>Качественное измерение показателя</i>
Москвичи не просто знают о существовании НКО, но и имеют представление о том, чем занимаются НКО в Москве, как можно участвовать в общественной жизни вместе с ними	<p>Аудитория сайта АСИ в отчетном периоде составила – 165,799 тыс. чел. Московская аудитория сайта АСИ за отчетный период немного выросла и составила 39,445 тыс. (25,88%) чел., для сравнения аудитория в период январь-март 2016 года – (24,80%) чел.</p> <p>Аудитория АСИ в социальных сетях выросла на 10% на конец марта 2017 года по сравнению с данными на конец 2016 года (с 6,836 тыс. до 7,54 тыс. в фейсбук, группы Вконтакте с 1,851 тыс. чел. до 2,105 тыс. чел., в твиттере с 0,254 тыс. чел. до 0,277 тыс. чел.).</p> <p>Московская аудитория в социальных сетях АСИ выросла на 12% на конец марта 2017 года по сравнению с данными на конец октября 2016 года (с 2,676 тыс. чел. до 3,01 тыс. чел. в Фейсбук, группы Вконтакте с 0,554 тыс. чел. до 0,64 тыс. чел.).</p> <p>Московская аудитория соцсетей Так просто выросла на 4% по сравнению с данными на конец октября 2016 года (с 1,884 тыс. чел. до 1,953 тыс. чел.).</p> <p>Повысился уровень знаний студентов факультетов журналистики о деятельности СО НКО в Москве.</p>
Расширение участия людей в осознанных гражданских практиках	Осознанная мотивация присоединиться к реальным инициативам НКО, перейти от спонтанных и единичных акций к систематической, организованной

	<p>благотворительности и добровольчеству через НКО. По последним данным исследования вовлеченности россиян в благотворительность и волонтерство, Москва лидирует по показателям участия в формализованном добровольчестве (через НКО) – 48% при среднем показателе 35%. Это же исследование показывает, что для мотивации москвичей к тому, чтобы присоединиться к той или иной инициативе, важно, чтобы проект был интересным, блага видна его польза и участие поднимало самооценку человека. Вычленив вклад проекта «Так просто» в этот процесс, в которой вовлечено множество игроков, сложно без специальных исследований. Однако материалы «Так просто» работают именно на эту мотивацию – показывают наиболее интересные и полезные проекты, к которым легко присоединиться и почувствовать себя «хорошим человеком».</p>
<p>Повышение коммуникационной активности НКО:</p> <ul style="list-style-type: none"> - регулярное информирование НКО о своей деятельности. 	<p>Активность московских НКО, направляющих информацию с помощью сервиса «Прислать новость» и прямого обращения в редакцию в рубрике «Жизнь НКО» за отчетный период 107 сообщений о деятельности московских СО НКО, год назад в этот же период было 65 сообщений.</p>