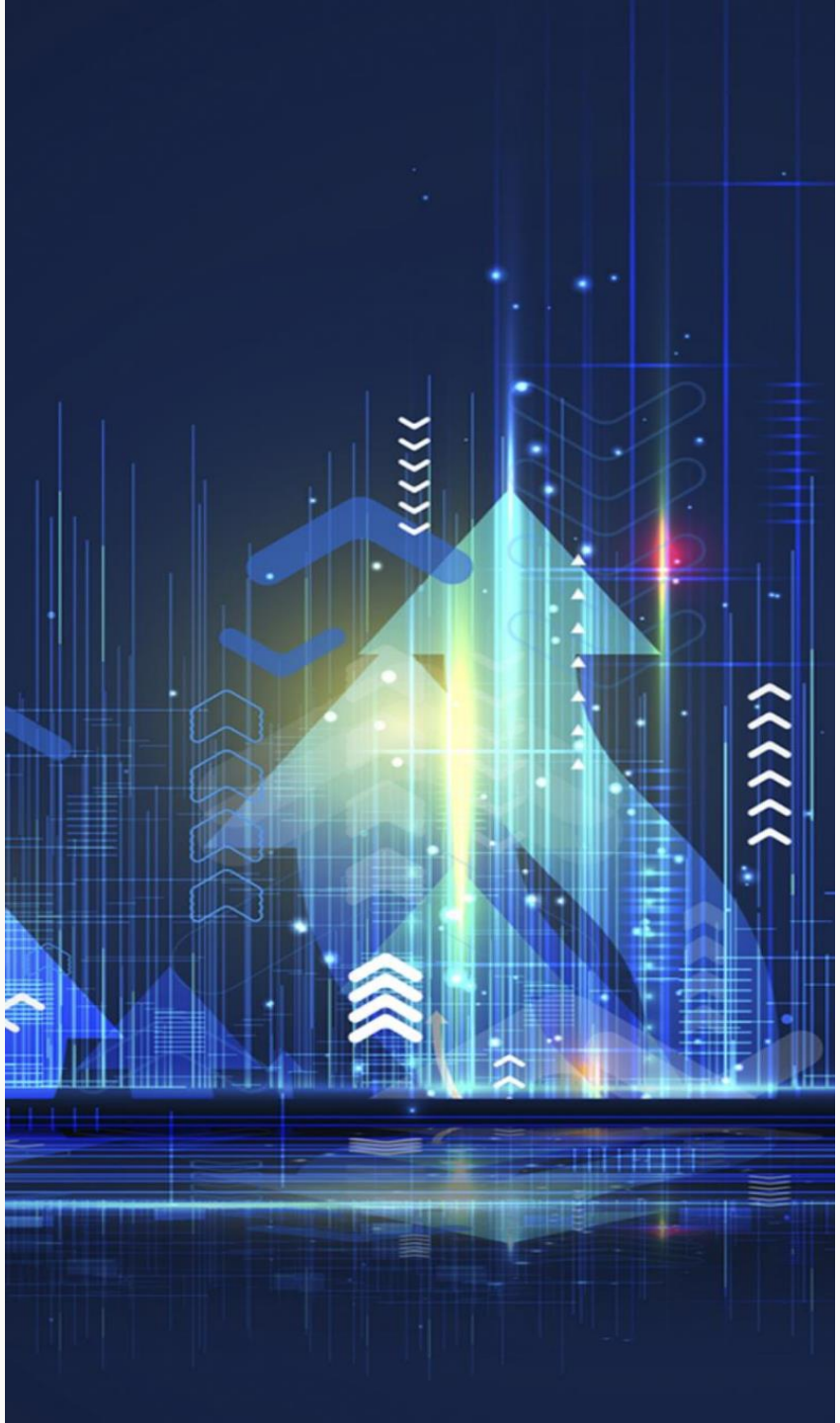
ИССЛЕДОВАНИЕ ИД «АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ»

ТЕМАТИКА ДИАБЕТА И ОЖИРЕНИЯ В МЕДИАПОЛЕ

Статистика, поисковый интерес,
сообщения в СМИ и социальных медиа



СОДЕРЖАНИЕ

СТРУКТУРА ОТЧЁТА

01	ОФИЦИАЛЬНАЯ СТАТИСТИКА	Заболеваемость диабетом, преддиабет, факторы риска
02	ПОИСКОВЫЕ ЗАПРОСЫ	Яндекс Wordstat и Google Trends: объём и динамика роста интереса
03	СМИ	Перепечатки АиФ против ТОП-5 медиа, глубина раскрытия, темы, тональность
04	СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА	ВКонтакте и Telegram: темы, осведомлённость, мотивация, активность обсуждения среди аудитории 18–25 лет
05	ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ	Оценка роли АиФ в освещении темы, рекомендации по итогам анализа

МЕТОДОЛОГИЯ

ЦЕЛЬ, ОБЪЕКТЫ, ИСТОЧНИКИ И ПЕРИОДЫ АНАЛИЗА

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Оценка представленности проблематики диабета и ожирения в медиаполе и роли ИД «АиФ» в освещении темы

ОБЪЕКТЫ

- **Диабет:** профилактика, риск возникновения, влияние на здоровье, симптомы, влияние питания, исследования и статистика
- **Ожирение:** профилактика, риск возникновения, влияние на здоровье, потребление сахара, мнения врачей-эндокринологов

ИСТОЧНИКИ

- **Официальная статистика:** Росстат, Минздрав России, ВЦИОМ, НМИЦ эндокринологии
- **Поисковые запросы:** Яндекс Wordstat, Google Trends
- **СМИ:** публикации ИД «Аргументы и Факты» и ТОП-100 федеральных СМИ (по данным Медиалогии)
- **Социальные медиа:** посты и комментарии во ВКонтакте и Telegram

ПЕРИОДЫ

СТАТИСТИКА

с 1 января 2025

ПОИСКОВЫЕ ЗАПРОСЫ

1 января 2025 — 30 сентября 2026

СМИ И СОЦМЕДИА

1 февраля 2026 — 30 сентября 2026

ПАРАМЕТРЫ АНАЛИЗА СООБЩЕНИЙ

ГЛУБИНА РАСКРЫТИЯ ТЕМЫ (СМИ)	Поверхностное — упоминание, короткая новость. Среднее — есть объяснение, цифры или советы. Глубокое — подробный разбор: причины, лечение, статистика, рекомендации, эксперты.
ТЕМА	СМИ: диабет / ожирение / профилактика. Соцмедиа: те же темы и личный опыт.
ТОНАЛЬНОСТЬ	Нейтральная / позитивная / негативная — по воздействию на читателя.
ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ (СОЦМЕДИА)	Низкая — короткая новость, упоминание (СМИ); вопросы, общие фразы (соцмедиа). Средняя — объяснение, цифры, советы (СМИ), знает основы (соцмедиа). Высокая — подробный разбор, рекомендации экспертов, статистика (СМИ), говорит подробно, даёт советы, делится опытом (соцмедиа).
ИСТОЧНИК ИНФОРМИРОВАННОСТИ (СОЦМЕДИА)	СМИ, врачи, соцсети, знакомые — если указан в сообщении.
МОТИВАЦИЯ СООБЩЕНИЯ (СОЦМЕДИА)	Страх, вопросы, советы, мотивация, факты — если мотивацию можно определить по содержанию сообщения.
АУДИТОРИЯ 18–25 ЛЕТ (СОЦМЕДИА)	Авторы, у которых возраст указан в открытом профиле.
ПЕРЕПЕЧАТКИ	К перепечаткам отнесены цитирование публикаций АиФ, отсылка к публикациям АиФ или прямое копирование публикаций АиФ по темам диабета, ожирения и их профилактики.

01

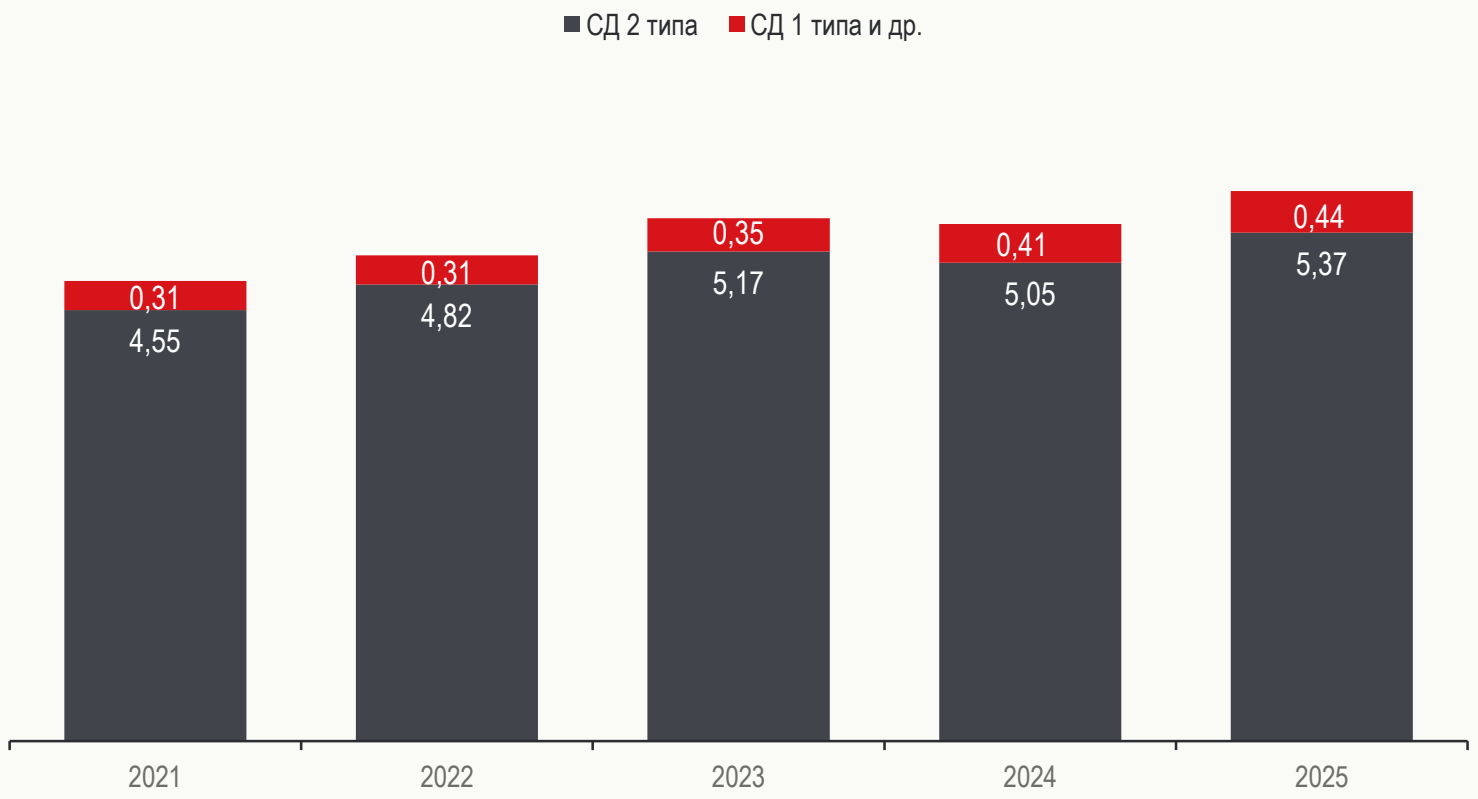
ОФИЦИАЛЬНАЯ СТАТИСТИКА

Заболеваемость диабетом, преддиабет и факторы риска по данным Росстата, Минздрава, ВЦИОМ и НМИЦ эндокринологии

ДИНАМИКА ЗАБОЛЕВАЕМОСТИ ДИАБЕТОМ

За 2025 год прирост зарегистрированных случаев составил +6,4%, за 15 лет (2011–2025) распространённость СД 1 выросла на 36%, а СД 2 — на 64%

ПАЦИЕНТЫ С САХАРНЫМ ДИАБЕТОМ НА УЧЁТЕ, МЛН ЧЕЛ.



+6,4%

прирост числа пациентов за 2025 г.

5,8 млн

всего на диспансерном учёте

Рост числа зарегистрированных случаев обусловлен улучшением выявляемости и старением населения. При этом реальная численность пациентов с диабетом оценивается в 11–12 млн человек (около 8% населения), так как, по данным исследования NATION, 54% случаев СД 2-го типа остаются недиагностированными.

Источник: Минздрав России, НМИЦ эндокринологии

ВЫВОД О ФАКТОРАХ РИСКА: ИЗБЫТОЧНАЯ МАССА ТЕЛА И ОЖИРЕНИЕ.

Нарушения углеводного обмена (предиабет или СД 2) отмечены примерно у каждого второго пациента с ожирением

19,3%
взрослых с преддиабетом

5,4%
Распространённость ранее недиагностированного СД 2 типа при активном скрининге (NATION)

Быстрее всего растут показатели детского ожирения (+26,8% за 3 года) и недиагностированного СД 2 типа (54% случаев). В медиаполе и поиске абсолютно доминирует тема диабета (его ищут в 4–7 раз чаще, чем ожирение).

ДОЛЯ ВЗРОСЛЫХ С ФАКТОРОМ РИСКА, %



Источник: Росстат, ВЦИОМ, НМИЦ эндокринологии

02

ПОИСКОВЫЕ ЗАПРОСЫ

Яндекс Wordstat и Google Trends: общий объём, динамика и месяцы роста интереса к диабету и ожирению

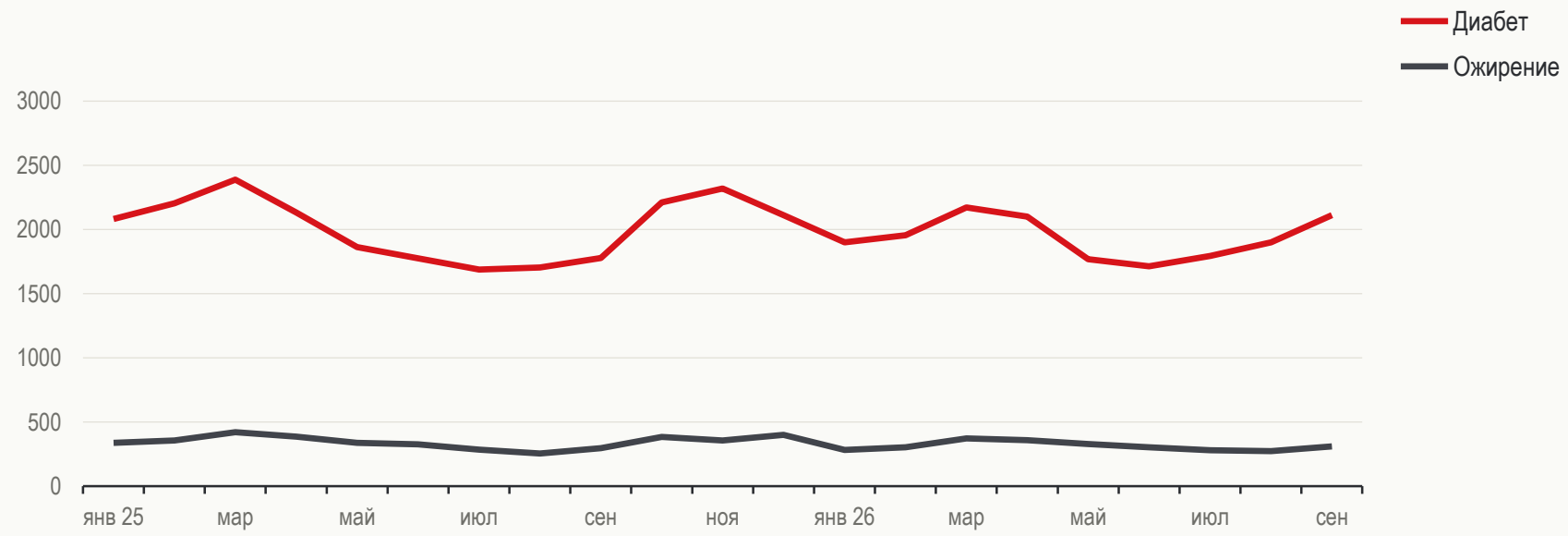
ДИАБЕТ – АБСОЛЮТНЫЙ ЛИДЕР ПОИСКОВОГО ИНТЕРЕСА: ЕГО ИЩУТ В 6–7 РАЗ ЧАЩЕ, ЧЕМ ОЖИРЕНИЕ. В 2026 году интерес к ожирению снизился на 6,4%, а к диабету остался относительно стабильным

41,7 млн
запросов «диабет» за период

6,9 млн
запросов «ожирение»

Март · Ноябрь
месяцы пикового интереса

ЧИСЛО ЗАПРОСОВ В МЕСЯЦ, ТЫС.

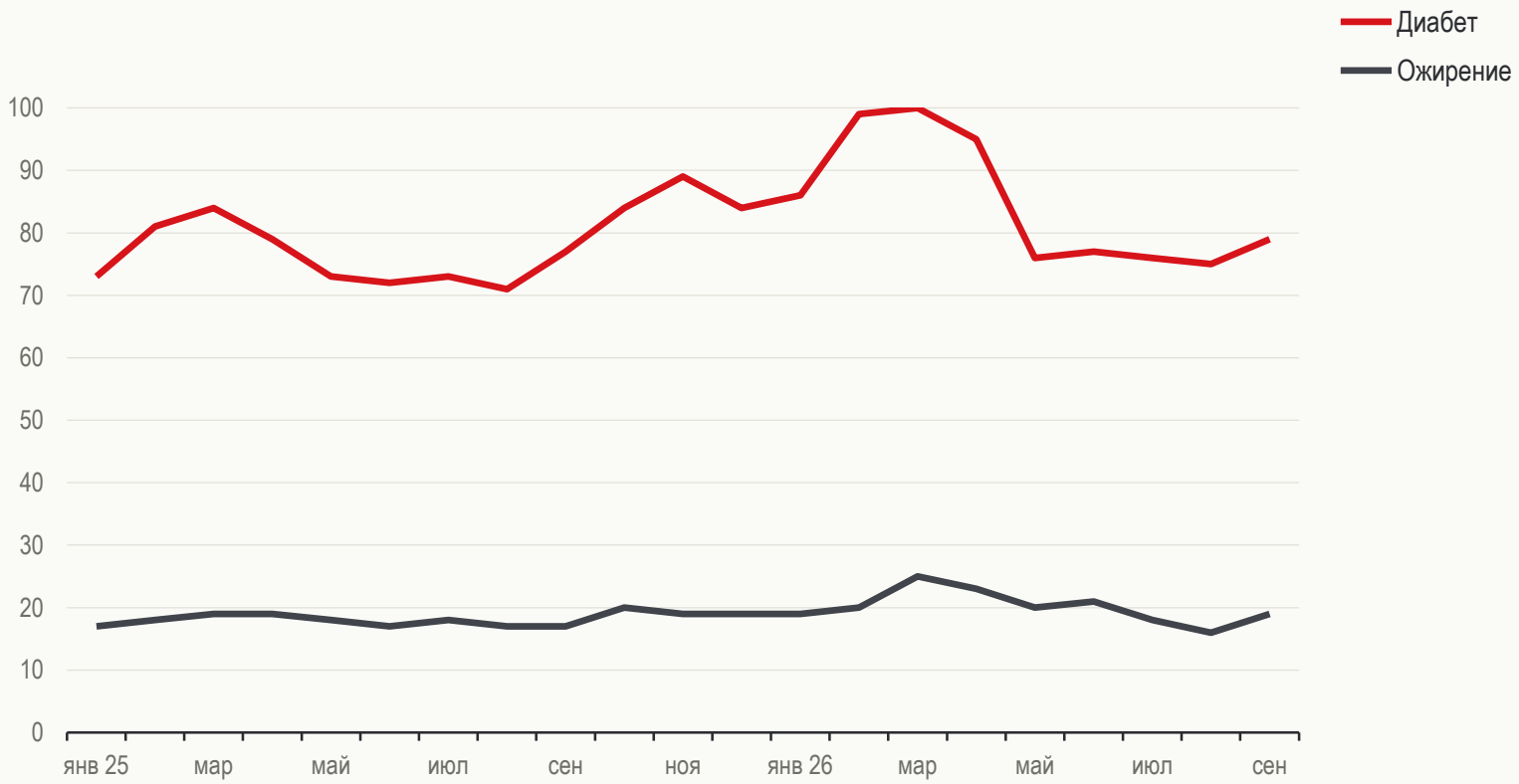


Пики интереса к обеим темам приходятся на март и октябрь–декабрь из-за сезонного обострения внимания к здоровью, при этом диабет стабильно ищут в около 6 раз чаще, чем ожирение.

Источник: Яндекс Wordstat, январь 2025 — сентябрь 2026

GOOGLE TRENDS: ДИАБЕТ ИЩУТ В 4–5 РАЗ ЧАЩЕ ОЖИРЕНИЯ. В отличие от Яндекса, в Google интерес вырос к обеим темам в 2026 году (+13,2% к диабету и +12,6% к ожирению)

ИНДЕКС ПОПУЛЯРНОСТИ ЗАПРОСОВ, 0–100



МЕСЯЦЫ РОСТА ИНТЕРЕСА

Месяц	Тема	Индекс
Октябрь 2025	Ожирение	20
Ноябрь 2025	Диабет	89
Март 2026	Диабет/ Ожирение	100/25
Апрель 2026	Диабет	95

Пики в Яндексе и Google полностью совпадают: март и октябрь–ноябрь. При этом диабет в Google ищут в среднем в 4–5 раз чаще ожирения. Летние спады (июль–август) также характерны для обеих поисковых систем, что говорит о едином «сезонном» паттерне поведения аудитории.

Источник: Google Trends, Россия, январь 2025 — сентябрь 2026; индекс 0–100

03

ДИАБЕТ И ОЖИРЕНИЕ В СМИ

Перепечатки материалов АиФ, сравнение с ТОП-5 медиа, глубина раскрытия, темы и тональность

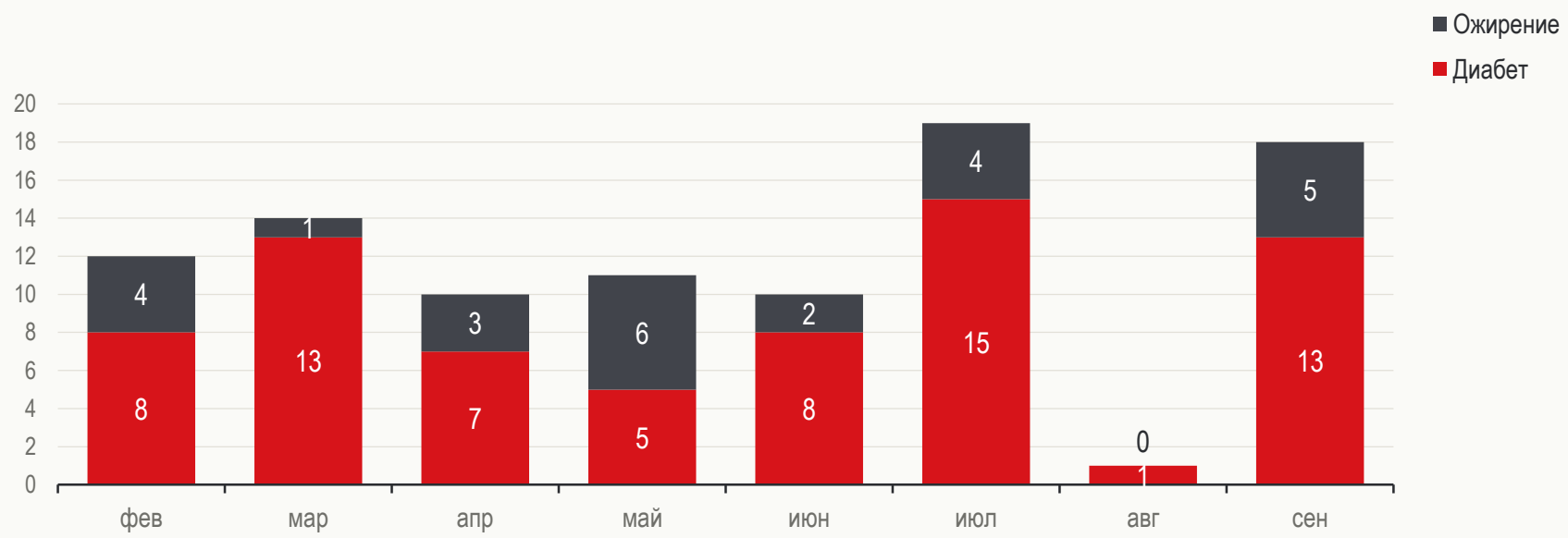
МАТЕРИАЛЫ О ДИАБЕТЕ ЛУЧШЕ РАСХОДЯТСЯ: советы врачей о питании, ответы на конкретные повседневные вопросы и понятные рекомендации

95
перепечаток материалов АиФ

341
оригинальных материалов АиФ

0,28
перепечаток на материал

ПЕРЕПЕЧАТКИ МАТЕРИАЛОВ АИФ ПО МЕСЯЦАМ



При относительно стабильном количестве собственных публикаций АиФ (38–49 в месяц) число перепечаток заметно менялось: максимум пришёлся на июль (19 перепечаток — материалы о пользе черники, ночных перекусах, потере мышечной массы и признаках диабета) и сентябрь (18 перепечаток — прежде всего рекомендации диетолога о замене сахара).

В перепечатках наиболее широко разошлись два материала: мартовская публикация о допустимом количестве сладкой газировки и сентябрьская — о замене сахара.

Источник: Медиалогия, февраль — сентябрь 2026.

ПРИМЕРЫ ПЕРЕПЕЧАТОК

11 марта 2026 08:30 Общество

Россиянам назвали безопасную норму потребления сладкой газировки

Диетолог Кованова: в неделю можно выпивать не более 250 мл сладкой газировки

Дарья Григорьева



© Shutterstock

Сладкие газированные напитки могут привести к ожирению, инсулинорезистентности, неалкогольной жировой болезни печени и кариесу при регулярном потреблении, безопасной нормой является 200-250 мл напитка один раз в неделю. Об этом aif.ru рассказала диетолог, нутрициолог Софья Кованова.

«Газировка с сахаром является продуктом с высокой калорийностью, но при этом нулевой нутритивной ценностью. То есть, выпив стакан газированного напитка, вы получите много калорий и мало пользы», — объяснила эксперт.

НОВОСТИ ЗДОРОВЬЕ 23 сентября 2026 18:30

Заменить сахар в рационе возможно: есть два

Диетолог Поляков призвал сладкоежек пользоваться сахарозаменителями

Роман ПОЛОСИКОВ



Заменить сахар в рационе возможно: есть два варианта
Фото: Валерий ЗВОНАРЕВ.

Диетолог **Антон Поляков** в разговоре с aif.ru рассказал, чем можно заменить сахар тем, кто не представляет жизни без сладкого. По его словам, злоупотребление сахаром в любом виде бьет по организму серьезно: страдает эмаль зубов, случаются резкие скачки глюкозы — сначала вверх, потом вниз, растет риск диабета и меняется микробиом кишечника.

еля 2026 Забота о себе

Названы привычки для профилактики рака и диабета

Врач Пасечник посоветовала ограничить переработанное мясо для профилактики рака

Екатерина Улитина (Редактор отдела «Забота о себе»)



Фото: Timolina / Freepik

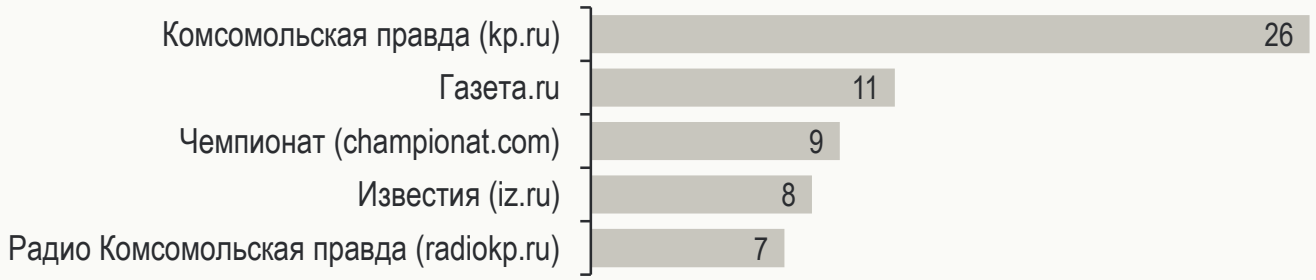
Если придерживаться нескольких простых правил, можно снизить риск серьезных заболеваний, в том числе рака и диабета, считает доктор медицинских наук Оксана Пасечник. Эти привычки она назвала в беседе aif.ru.

Специалистка посоветовала начинать заботу о здоровье с простых изменений в питании и образе жизни. Например, половину тарелки на обед и ужин должны составлять овощи, а сладости лучше постепенно заменять более полезными альтернативами. Также для профилактики опасных заболеваний важно ограничивать количество переработанного мяса в рационе и защищать кожу от солнца.

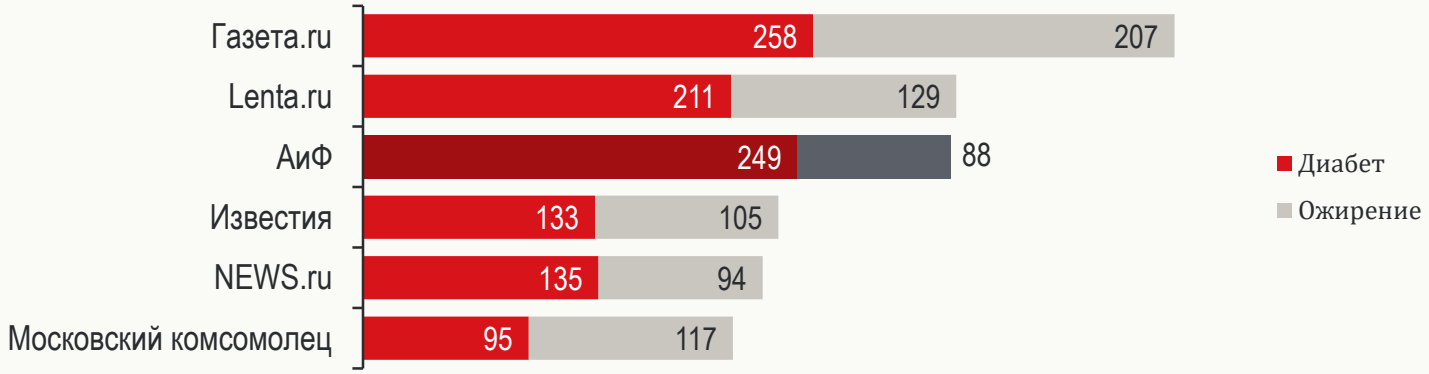
Источник: Газета.ru, Lenta.ru, «Комсомольская правда»

АиФ ВХОДИТ В ТОП-3 СМИ ПО КОЛИЧЕСТВУ МАТЕРИАЛОВ ПО ТЕМЕ ДИАБЕТА, ОЖИРЕНИЯ И ИХ ПРОФИЛАКТИКИ

ПЕРЕПЕЧАТКИ МАТЕРИАЛОВ АИФ О ДИАБЕТЕ И ОЖИРЕНИИ (топ СМИ)



СОБСТВЕННЫЕ МАТЕРИАЛЫ СМИ О ДИАБЕТЕ И ОЖИРЕНИИ



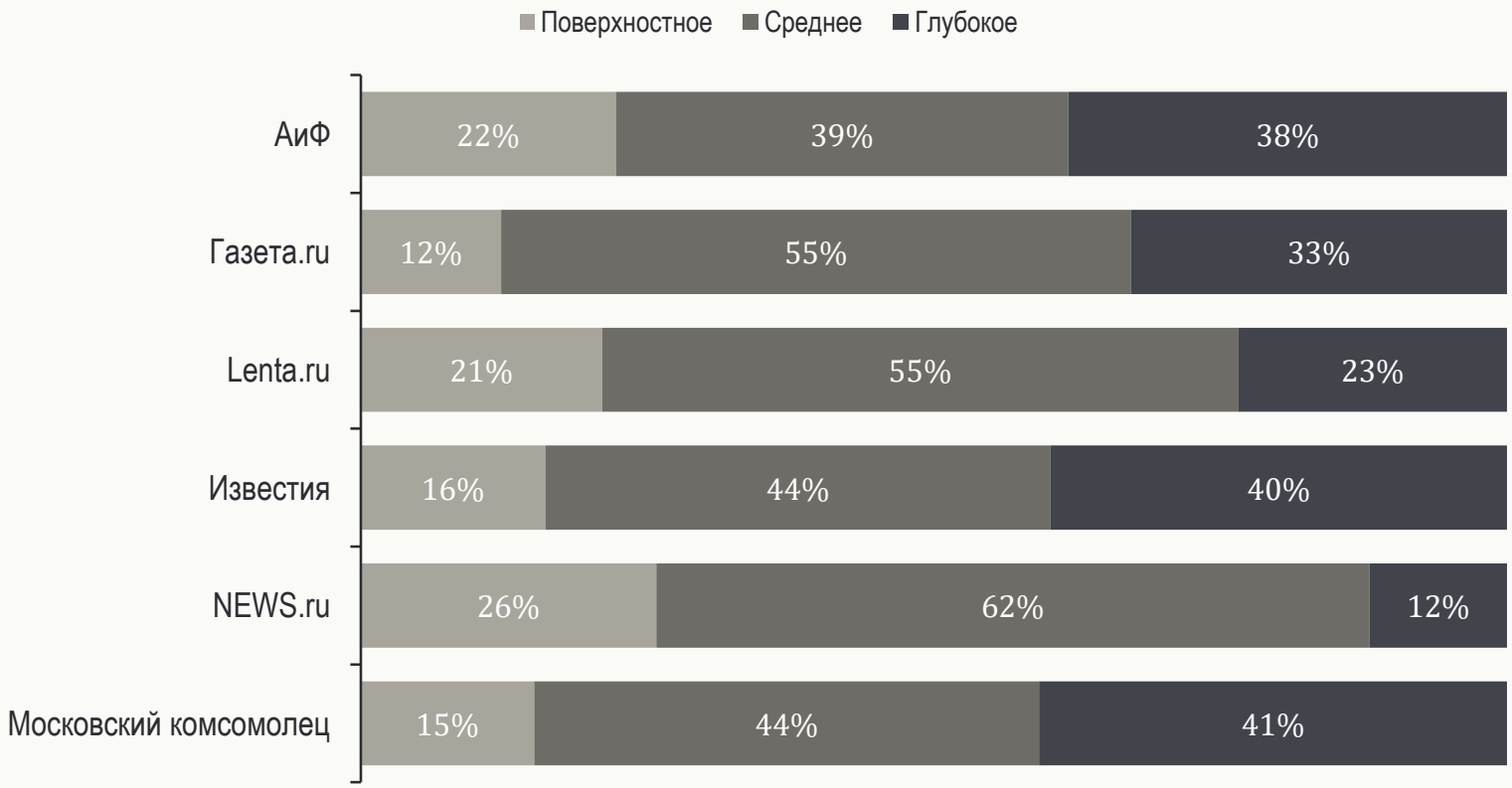
Источник: Медиалогия, февраль — сентябрь 2026.

ВЫВОДЫ

- АиФ работает с востребованным форматом экспертных рекомендаций и рассматривает профилактику диабета/ожирения достаточно широко: через питание, физическую активность, сон, диагностику. Главное место занимают рекомендации по питанию и образу жизни.
- У АиФ чаще перепечатываются короткие новости с комментариями врачей и конкретными рекомендациями по питанию и здоровью, ответы на бытовые вопросы (что и сколько можно есть, какие привычки повышают риск заболевания и т.п.).
- У других СМИ дополнительно представлены: научные исследования, медицинские технологии, новые методы диагностики и реальные истории пациентов.

АиФ ГЛУБЖЕ РАСКРЫВАЕТ ТЕМУ, ЧЕМ СМИ ИЗ ТОП-5

ГЛУБИНА РАСКРЫТИЯ ТЕМЫ, % ПУБЛИКАЦИЙ



38%

материалов у АиФ, которые глубоко раскрывают тему – против 29% в среднем по ТОП-5

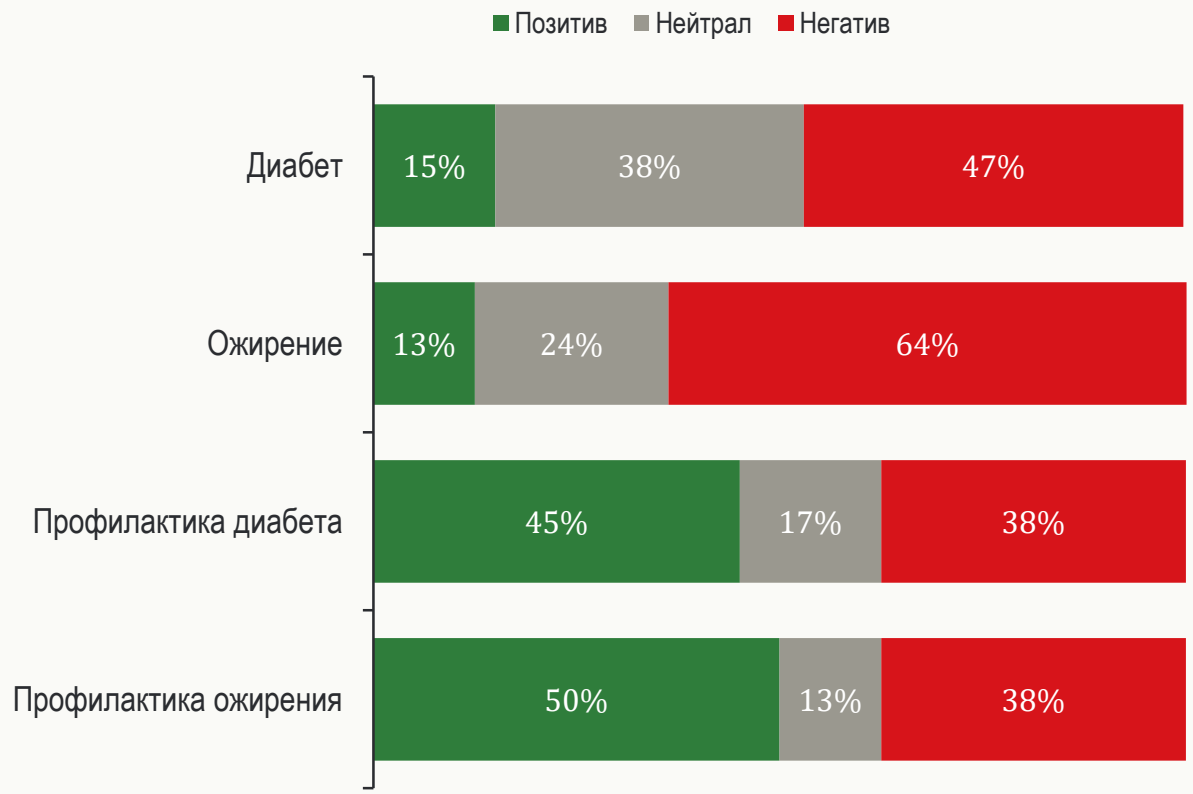
АиФ глубже раскрывает тему ожирения (54%), чем тему диабета (22%). Наиболее «глубокие» публикации объясняют причины набора веса, последствия ожирения, влияние питания и способы безопасного похудения.

Точка роста: более подробные публикации о диабете — ранняя диагностика, лечение, контроль заболевания и профилактика осложнений. Это дополнит уже хорошо представленную тему.

Источник: Медиалогия, ручная разметка, февраль — сентябрь 2026

АиФ ДЕЛАЕТ АКЦЕНТ НА РИСКАХ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ

ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМАМ И ТОНАЛЬНОСТИ



ПРИМЕРЫ ПОЗИТИВНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ

- Диабет поддается контролю. Для этого важно выявить заболевание раньше
- Встань и иди. Популярный вид ходьбы влияет на сахар и давление при диабете
- Без изнурительных диет. Что дает пациентам новая терапия по снижению веса

ПРИМЕРЫ НЕГАТИВНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ

- Врач Агаева объяснила причину диабета у молодых людей
- Ученые связали потерю жировой ткани с развитием тяжелого диабета
- Женская болезнь. Ожирение опасно для дам — в каждом возрасте по-разному

Источник: Медиалогия, февраль — сентябрь 2026

АиФ: СОХРАНЯТЬ АКЦЕНТ НА ПРАКТИЧЕСКИХ СОВЕТАХ, РАСШИРЯТЬ ТЕМАТИКИ, ДОБАВЛЯТЬ АЛГОРИТМЫ ДЕЙСТВИЙ

01

Расширить разнообразие сюжетов, не сокращая уже востребованные экспертные рекомендации.

АиФ хорошо представлен в тематике повседневной профилактики, но меньше использует научные открытия и личные истории для раскрытия проблем диабета и ожирения. Можно увеличить число материалов о новых методах диагностики и лечения, результатах исследований и реальном опыте людей, столкнувшихся с диабетом или ожирением.

02

Дополнить предупреждения врачей конкретными алгоритмами действий

АиФ подробно освещает ожирение и профилактику. Серия материалов о том, какие симптомы требуют обращения к специалисту, какие обследования существуют, как изменить повседневные привычки, позволит перейти от информирования к профилактике.

03

Поддержать регулярную публикационную активность тематическими сериями, привязанными к сезонным привычкам

Количество публикаций АиФ остаётся стабильным, но интерес других СМИ к ним колеблется. При ежемесячном выпуске 38–49 материалов количество перепечаток менялось от месяца к месяцу – точка роста: контроль за актуальными темами и подготовка по ним материалов для публикации.

04

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

ВКонтакте и Telegram: объём и динамика, распространение АиФ, темы, осведомлённость, мотивация, аудитория 18–25 лет

АиФ В СОЦСЕТЯХ: ВКОНТАКТЕ, TELEGRAM И MAX

ВКОНТАКТЕ

ПОДПИСЧИКОВ

395 000 чел.

Самая крупная и самая активная площадка. Здесь сосредоточено подавляющее большинство обсуждений темы, поэтому ВКонтакте остается основной площадкой для регулярных публикаций и общения с аудиторией.

TELEGRAM

ПОДПИСЧИКОВ

90 000 чел.

Площадка для быстрого распространения новостей и экспертных комментариев. По просмотрам на одну публикацию Telegram часто опережает ВКонтакте.

MAX

ПОДПИСЧИКОВ

110 000 чел.

Развивающаяся площадка с органическим приростом и иным охватом. Инвестиции в MAX имеют смысл именно сейчас, пока площадка не перегружена контентом и есть возможность, в том числе, органического роста.

Далее в отчете мы подробно анализируем обсуждения во ВКонтакте и Telegram, где уже накоплен основной массив публикаций и откликов аудитории.

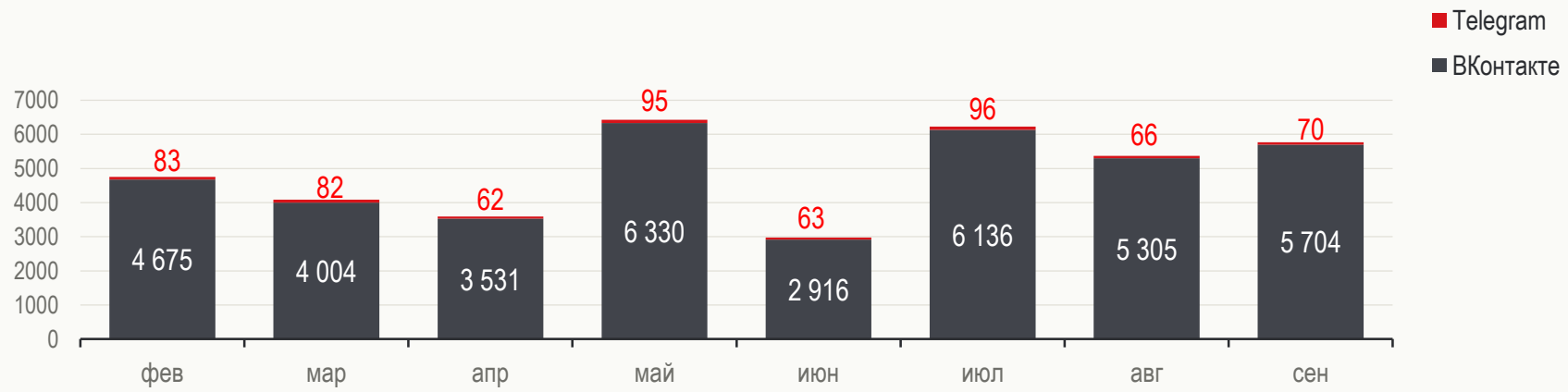
АиФ: ОБСУЖДЕНИЕ СОСРЕДОТОЧЕНО ВО ВКОНТАКТЕ, Telegram обеспечивает значительно больше просмотров в расчёте на одну публикацию

39,2 тыс.
сообщений за период

98%
сообщений во ВКонтакте

70,4 млн
просмотров

СООБЩЕНИЯ ПО МЕСЯЦАМ, ШТ.



Активность пользователей заметно колебалась в течение года, но к концу исследуемого периода была выше, чем в феврале–апреле. Майский рост связан с посевом публикаций о диабете и профилактике эндокринных заболеваний, июльский — о детском ожирении, сентябрьский — с тиражированием рекомендаций о скрытом сахаре в продуктах.
Важно: значительную часть пиков формируют публикации с одинаковым или близким содержанием, а не самостоятельные обсуждения пользователей. Поэтому рост количества сообщений нельзя автоматически считать ростом общественного интереса или вовлечённости. Telegram пока обеспечивает значительно больше просмотров в расчёте на одну публикацию — 9,2 тыс. против 1,7 тыс. во Вконтакте.

Источник: ВКонтакте, Telegram, февраль — сентябрь 2026

АиФ ВХОДИТ В ТОП-6 ИСТОЧНИКОВ СОЦМЕДИА И СОЗДАЕТ КОНТЕНТ, КОТОРЫЙ ИСПОЛЬЗУЮТ ДРУГИЕ СМИ

ТОП ИСТОЧНИКОВ СОЦМЕДИА

- **АиФ**
- Про Диабет
- Минздрав России
- Доктор Слобода: Здоровое Поморье
- takzdorovo.ru
- Московский комсомолец

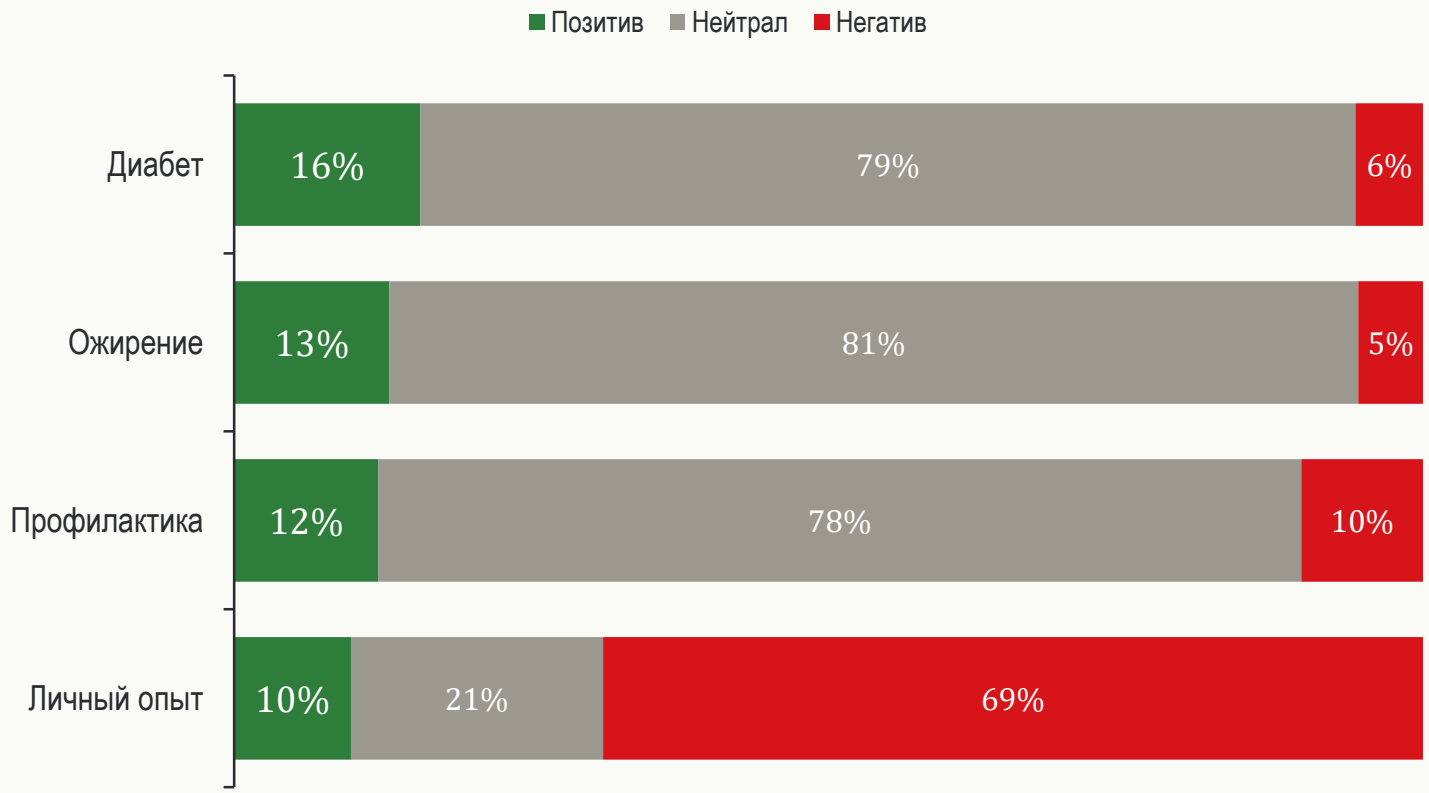
ВЫВОДЫ

- **АиФ успешно создаёт практический медицинский контент**, который используют другие СМИ и отдельные сообщества.
- **Материалы АиФ подхватывают сторонние площадки.** Из 70 сообщений 43 опубликованы внешними источниками, остальные 27 размещены собственными аккаунтами АиФ, включая региональные.
- Люди **чаще пересылают и обсуждают те публикации АиФ, где есть советы врачей** о продуктах, симптомах диабета и контроле веса. Дополнительно внимание привлекают неожиданные результаты исследований и информация о доступной медицинской помощи.

Источник: ВКонтакте, Telegram, февраль — сентябрь 2026

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ: эмоциональное ядро темы в социальных медиа, хотя основной массив — информационные материалы

СООБЩЕНИЯ ПО ТЕМАМ И ТОНАЛЬНОСТИ, %



от 5 до 69%

негатива в сообщениях

Обсуждение диабета, ожирения и их профилактики в социальных медиа преимущественно **нейтральное.**

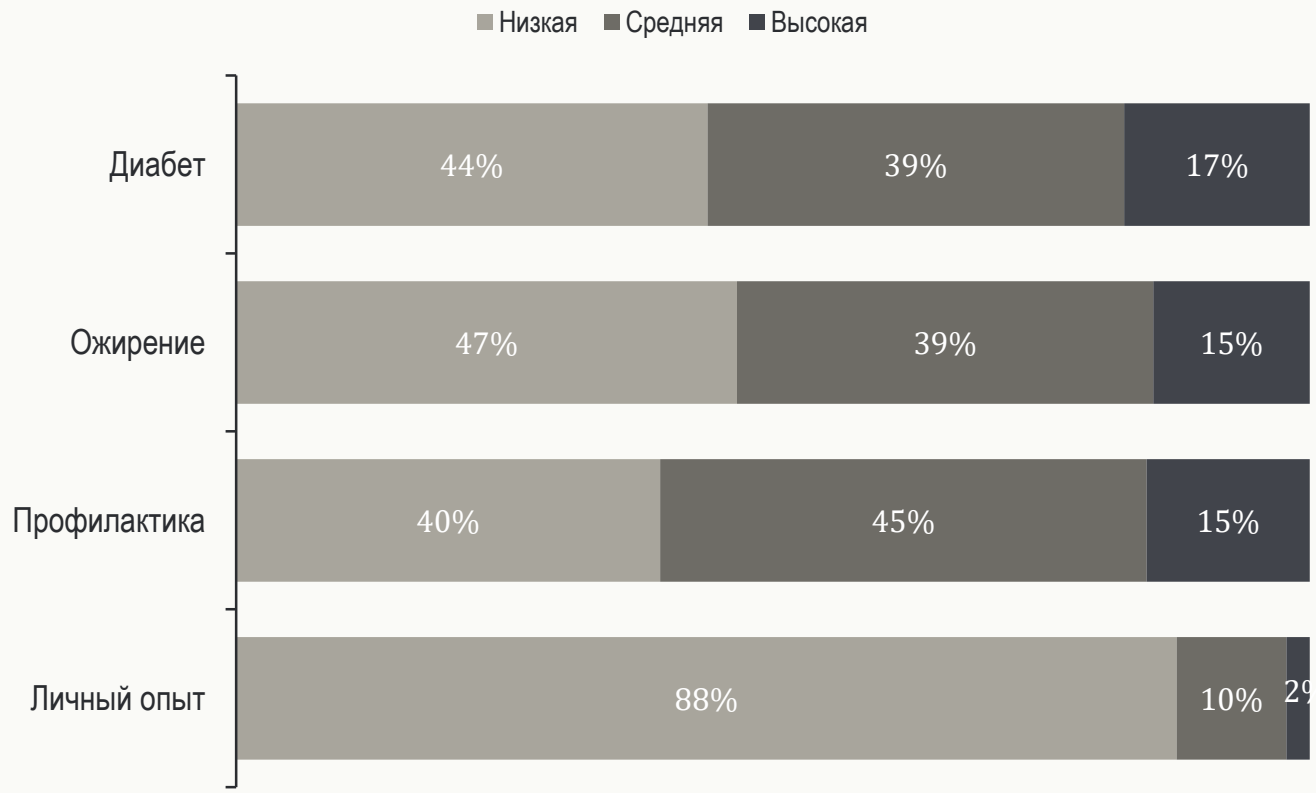
При этом **причины негативных реакций** различаются. Диабет чаще обсуждают через осложнения, симптомы и трудности контроля заболевания, а ожирение — через проблемы похудения, неудачный личный опыт и споры об ответственности человека за лишний вес.

В категории «Личный опыт» высокий процент негатива указывает на то, что эмоционально напряжённые обсуждения чаще возникают, когда пользователи говорят о собственных проблемах.

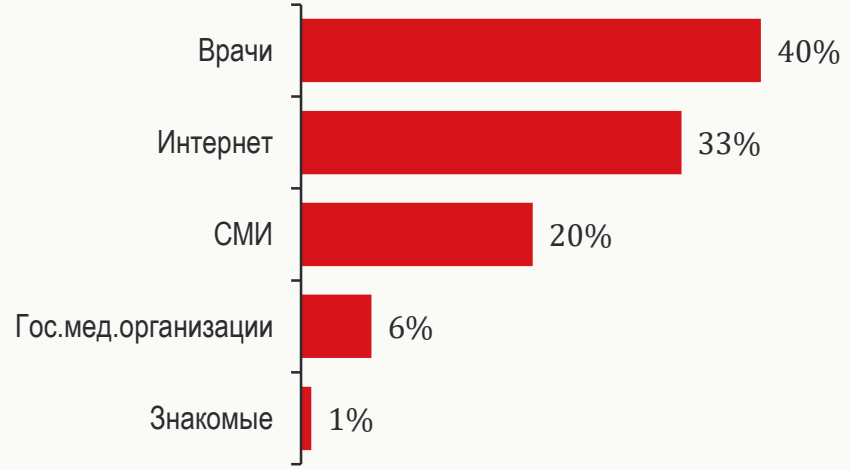
Источник: ВКонтакте, Telegram, февраль — сентябрь 2026

СМИ СОХРАНЯЮТ ЗНАЧИМУЮ РОЛЬ В РАСПРОСТРАНЕНИИ МЕДИЦИНСКИХ ЗНАНИЙ, ДЕЛАЯ МНЕНИЯ ВРАЧЕЙ ДОСТУПНЫМИ ШИРОКОЙ АУДИТОРИИ

ОСВЕДОМЛЁННОСТЬ АВТОРОВ ПО ТЕМАМ, %



ИСТОЧНИК ИНФОРМИРОВАННОСТИ, %

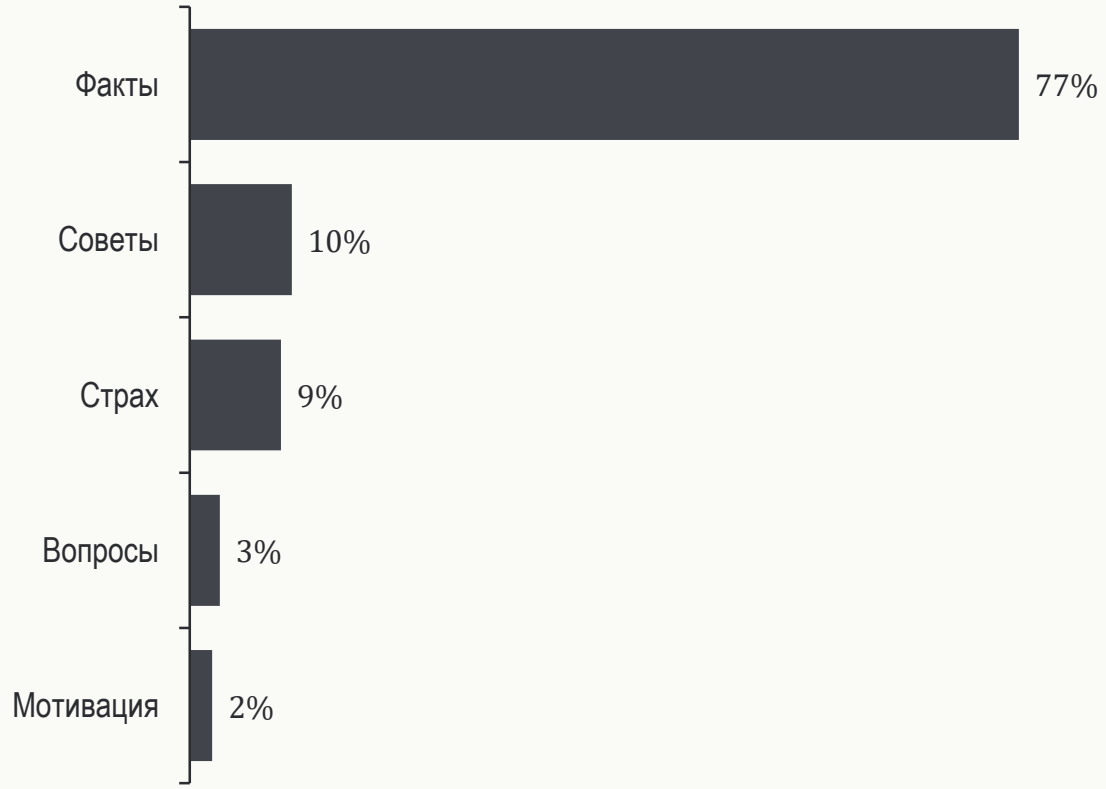


Врачи и интернет остаются основными источниками информации о диабете и ожирении. СМИ играют важную роль в адаптации и распространении экспертных знаний. В соцсетях люди делятся личным опытом, но **основная информация и доверие остаются за традиционными СМИ**, и за проверенными сведениями аудитория обращается к официальным источникам.

Источник: ВКонтакте, Telegram, февраль — сентябрь 2026

МОТИВАЦИЯ: В ОБЩЕМ МАССИВЕ КОНТЕНТА ДОМИНИРУЕТ ОБМЕН ФАКТАМИ, НО В ЛИЧНОМ ОПЫТЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ — СТРАХ И ВОПРОСЫ

МОТИВАЦИЯ ОСТАВИТЬ СООБЩЕНИЕ, %



КАК ЭТО ЗВУЧИТ

СТРАХ

«Поэтому, когда диагноз поставили мне, это было действительно страшно. Каждый укол, каждый замер крови по 5 раз в день — поначалу это был огромный стресс»

ВОПРОС

«Я давно исключила из рациона хлеб, крупы, сладости […] Но вес не уходит. С подобными проблемами сложно жить и сложно бороться […] Что вы мне посоветуете?»

МОТИВАЦИЯ

«Симптоматику, конечно, можно было заметить, но ни я, ни мои родители не забили тревогу. В школе стало плохо видеть с доски, похудела до истощения, хотя я очень много ела»

Источник: ВКонтакте, Telegram, февраль — сентябрь 2026

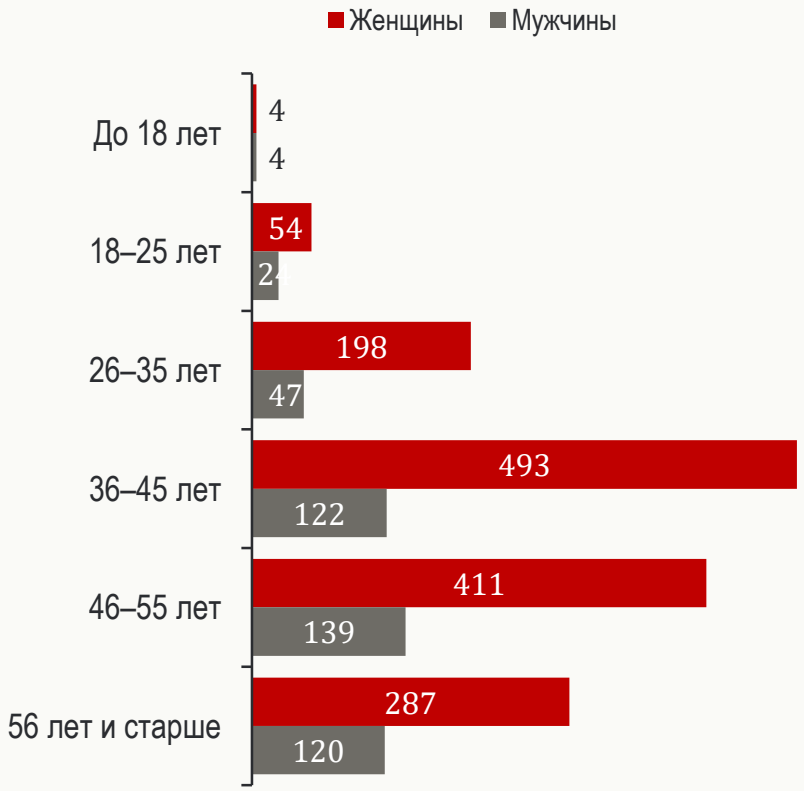
РЕКОМЕНДАЦИИ ПО КОНТЕНТУ С УЧЕТОМ МОТИВАЦИИ АУДИТОРИИ

МОТИВАЦИЯ И КОНТЕНТ, ФЕВРАЛЬ — СЕНТЯБРЬ 2026

МОТИВАЦИЯ	Уже есть у АиФ	Возможности для развития интереса к теме в соцсетях
Факты — 77%	Новости, комментарии врачей и результаты исследований о диабете, ожирении и профилактике (341 публикация).	Дополнять короткие медицинские новости объяснениями причин, последствий и практического значения фактов. Связывать отдельные публикации в тематические серии
Советы — 10%	Рекомендации врачей о питании, продуктах, сахаре, рационе и снижении веса (134 публикации).	Сохранить востребованный формат экспертных советов, дополняя его пошаговыми инструкциями и рекомендациями для конкретных ситуаций
Страх — 9%	Честный разговор о рисках и осложнениях в заголовках (66 публикаций) и материалы о контроле диабета, лечении без инъекций, безопасном похудении и новых методах терапии (не менее 5 публикаций).	Ввести рубрику «Диабет под контролем»: объяснять, что делать после постановки диагноза, как контролировать заболевание и предупреждать осложнения
Вопросы — 3%	Ответы на вопросы читателей (59 публикаций).	Развивать рубрику «Вопрос эндокринологу» на основе реальных обращений пользователей. Давать конкретные ответы и алгоритмы действий

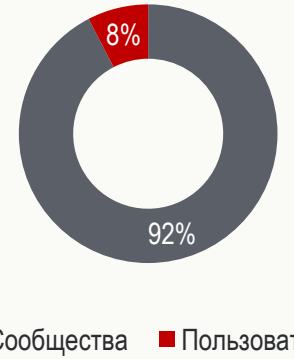
АУДИТОРИЯ 36–55: МАКСИМАЛЬНЫЙ ОТКЛИК И ВОВЛЕЧЕННОСТЬ, АУДИТОРИЯ 18–25: МИНИМАЛЬНЫЙ ИНТЕРЕС К ТЕМЕ

ПОЛОВОЗРАСТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА АУДИТОРИИ *



* Для 1903 публикаций пользователей, у которых в личных данных указан возраст.

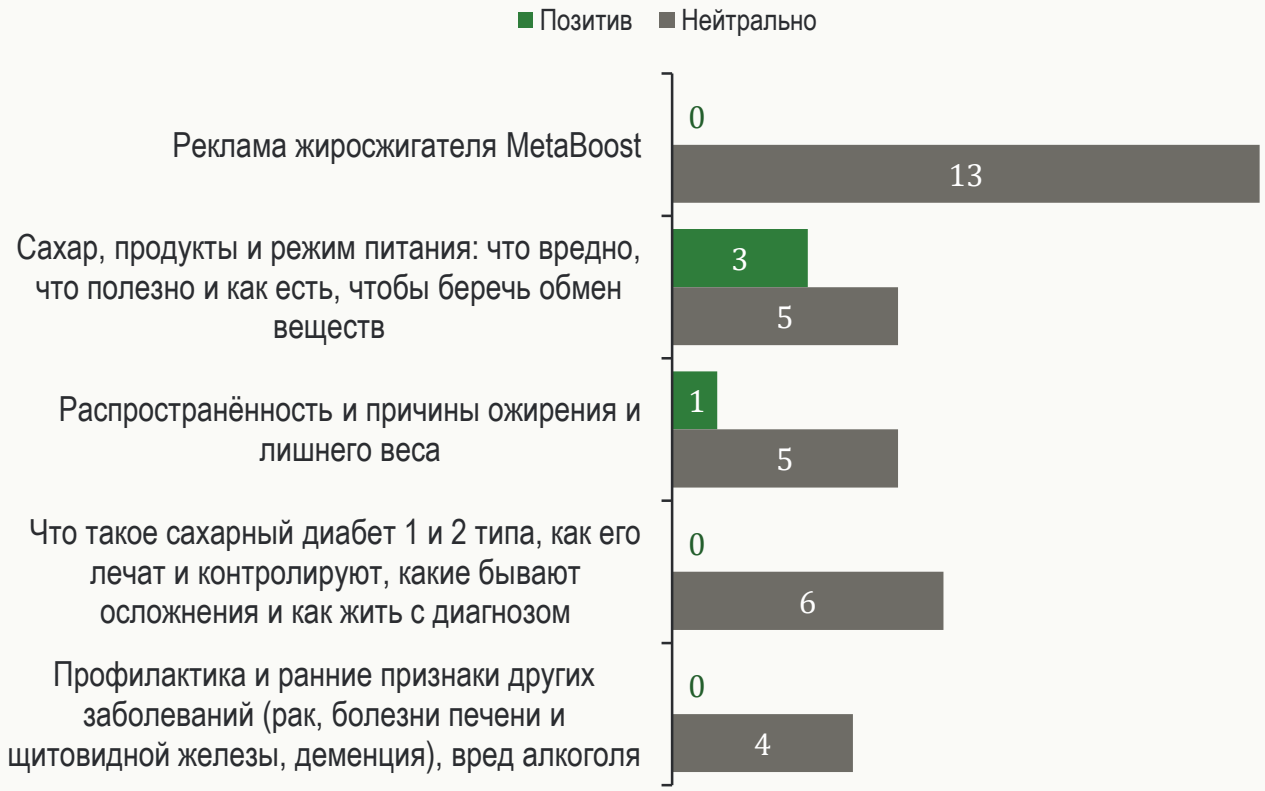
КТО ПИШЕТ, %



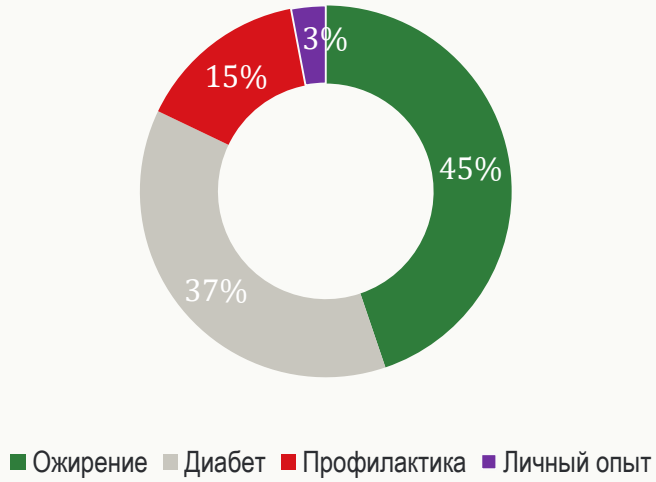
Обсуждение формируется преимущественно сообществами. Соотношение указывает на **преобладание организованного распространения** над самостоятельным обсуждением темы пользователями. Самостоятельное обсуждение темы сосредоточено преимущественно среди аудитории старше 35 лет. Таким образом, при планировании просветительской кампании важно учитывать половозрастную характеристику площадок посева контента.

АУДИТОРИЯ 18–25: ВОПРОСЫ ПИТАНИЯ И КОНТРОЛЯ ВЕСА ПРОФИЛАКТИКА НЕ ЯВЛЯЕТСЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ТЕМОЙ ОБСУЖДЕНИЯ

ГЛАВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОВОДЫ



ТЕМАТИКИ ПУБЛИКАЦИЙ АУДИТОРИИ 18-25



4%

сообщений от авторов 18–25 лет

Источник: ВКонтакте, Telegram; авторы с возрастом в открытом профиле

АиФ: РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЭКСПЕРТНЫХ ЗНАНИЙ, ВЫСОКИЙ ОТКЛИК НА ПУБЛИКАЦИИ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОЛЬЗА ДЛЯ АУДИТОРИИ

01

ОБЕСПЕЧЕНО РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЭКСПЕРТНОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ИНФОРМАЦИИ В СОЦМЕДИА

До половины публикаций со ссылками на материалы АиФ в соцмедиа — это материалы с опорой на врачебное мнение. Таким образом, **издание выступает источником медицинских знаний** не только для собственных читателей. Его материалы используются и распространяются и на других площадках.

02

ДОБИЛСЯ ЗАМЕТНОГО ОТКЛИКА НА МАТЕРИАЛЫ И ИХ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Отдельные материалы АиФ демонстрируют **способность привлекать внимание и стимулировать дальнейшее распространение** медицинской информации.

03

ДОПОЛНИЛ МАССОВОЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ ФАКТОВ ПРАКТИЧЕСКИМИ РАЗЪЯСНЕНИЯМИ ВРАЧЕЙ

В соцмедиа преобладает обмен медицинскими фактами (77%), при этом личные сообщения пользователей выявляют страхи, вопросы и желание инструкций. Среди распространяемых материалов АиФ представлены разъяснения возможностей контроля диабета, лечения и безопасного снижения веса. Тем самым **издание не только тиражирует факты, но и дает ответы** на часть практических потребностей аудитории.

05

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Общая картина по всем источникам и приоритетные шаги для редакции АиФ

АиФ: САЙТ ДАЕТ ДОВЕРИЕ, СОЦСЕТИ УСИЛИВАЮТ РАСПРОСТРАНЕНИЕ

ГЛАВНЫЙ ВЫВОД

Люди доверяют АиФ как бренду. На сайте ежедневно более 5 миллионов просмотров.

Соцсети дают разгон официальному контенту, а традиционные СМИ сохраняют ключевую роль.

01 **Сайт.** Основной сайт АиФ это источник главного контента, которому люди доверяют. Информация на сайте работает на доверие к бренду, а ежедневно сайт принимает более 5 миллионов уникальных пользователей.

02 **Регулярность.** Редакция стабильно выпускает практические материалы с советами врачей о диабете, ожирении и профилактике, и другие СМИ перепечатывают их. Лучшие материалы сайта также важно продвигать в соцсетях со ссылкой на оригинал.

03 **Соцсети.** Площадки для распространения официального контента. ВКонтакте (395 000 подписчиков), Telegram (90 000) и MAX (110 000). Во ВКонтакте можно делать упор на тематические серии и обсуждения, в Telegram на короткие экспертные комментарии и новости, в MAX на небольшую серию лучших материалов.

04 **Традиционные СМИ.** Соцсети важны, но традиционные СМИ сохраняют свою роль, потому что за проверенной информацией люди идут к официальным источникам.