



центр
управления
репутацией

РЕПУТАЦИОННЫЙ ИНДЕКС НКО

Знак качества 2026

*социальный эффект и публичная устойчивость
организаций некоммерческого сектора*

НАСТОЯЩИМ ПОДТВЕРЖДАЕТСЯ, ЧТО

Редакция телеканала

ИНН 1657243139 · Республика Татарстан · направление «Культура»

РЕПУТАЦИОННЫЙ ИНДЕКС

7,4

Ниже среднего

выше 40% организаций направления

29

Голос лидера

0

Финансовый КПД

—

Цифровая открытость

ЦЕНТР УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИЕЙ · 10.09.2026

Паспорт организации

<https://repngo.u4m.ru/nko/1657243139>

Наименование	АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "РЕДАКЦИЯ ТЕЛЕКАНАЛА "БУДИЛЬНИК"
Сокращённое	АНО "РЕДАКЦИЯ ТЕЛЕКАНАЛА "БУДИЛЬНИК"
Реквизиты	ИНН 1657243139 · ОГРН 1181690002493 · с 2018 года
Регион и форма	Республика Татарстан · АНО · действующая
Направление	Культура
Руководитель	Гилязутдинов Ильяс Ниязович – Главный редактор
Сайт, почта, телефон	не найдены в открытых источниках

Полнота данных – 20,0%. Это доля показателей, по которым источники дали ответ. При низкой полноте индекс сознательно занижается: система не утверждает больше, чем подтверждено данными.

Опоры индекса

Ниже – балл организации по каждой опоре и медиана по её направлению: медиана показывает, что для сектора считается нормой.

Голос лидера

Балл организации	29,0 из 100
Медиана направления «Культура»	0,0

Финансовый КПД

Балл организации	0,0 из 100
Медиана направления «Культура»	22,0

Цифровая открытость

Балл организации	нет данных
Медиана направления «Культура»	25,0

Финансовый КПД

Финансовая отчётность (форма №6) по этой организации в государственном ресурсе не найдена. Опора «Финансовый КПД» не рассчитана – это отсутствие данных, а не отрицательная оценка.

Цифровая открытость

Аудит сайта не проводился: сайт организации не найден в открытых источниках. Опора «Цифровая открытость» не рассчитана.

Внешнее признание и публичность

<https://repngo.u4m.ru/nko/1657243139>

Гранты и поддерживаемые проекты

Поддержанных проектов в открытых данных грантовых конкурсов не найдено.

Публичность

Оценивается не количество найденных материалов, а наличие живого публичного следа: как часто об организации пишут, в скольких разных изданиях и насколько свежая последняя публикация. Перечень конкретных материалов в документ не входит.

Активность в СМИ за 90 дней	Эпизодическая
Публикаций за 90 дней	1
Разных изданий за 90 дней	1
Последняя публикация	в пределах месяца