

Центр социального проектирования «Платформа» и агентство цифровой социологии «Импакт Медиа» представляют исследование благотворительных телепрограмм Пятого канала

За последние десять лет телевизионное освещение благотворительной деятельности претерпело значительные изменения – во многом благодаря благотворительным проектам Пятого канала. Текущее исследование анализирует влияние фандрайзинговой акции «День добрых дел» и телепрограммы «День ангела» на развитие благотворительной деятельности в России.

Ключевые выводы исследования

Проекты «День ангела» и «День добрых дел»:

- Привлекли внимание общественности к проблемам сиротства и сделали их освещение нормой в медиапространстве;
- Изменили практики фандрайзинга, способствовали росту доверия, повторных пожертвований и регионального участия;

- Сформировали постоянную вовлеченную аудиторию, для которой благотворительность стала неотъемлемой частью повседневной жизни;
- Влияли на работу фондов, позволив им планировать кампании, расти, расширять охват аудитории и повышать узнаваемость;
- Изменили отношение к социальным вопросам внутри медиасообщества, показали возможность подачи благотворительных инициатив профессионально, эмоционально, вовлекая и интерактивно. Программы по сути создали новое направление – фандрайзинговую журналистику, в которой социальная миссия сочетается с выразительным телевизионным языком и достижением конкретных результатов.

Проекты задали новый стандарт, в рамках которого телевизионный формат может не просто «освещать» социальные темы, но и создавать инфраструктуру участия – для фондов, зрителей, редакций и всей общественной среды.

Подробнее в материале:

[Скачать](#)