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, вовлекающе 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