

优秀公益项目晒看家

当下,有很多优秀的项目,无论是媒体的品牌公益策划,还是公益组织的首推项目,抑或是企业自发的公益活动,都已拥有一定数量的参与者和受益者。这些项目有创意、参与广、够成熟。在此,我们选取部分优秀项目进行展示,分享公益创意和心得,为更有趣有益的公益而努力。
本版撰文 记者 陈诗松 除署名外)



音乐课上,志愿者让孩子们“席地而坐”,让大家更放松,更靠近。
受访者供图

闵行团区委 代表项目:成长1+1

近年来,闵行共青团带领广大团员青年参与社会公益事业,积极弘扬公益志愿新风尚。组织青年志愿者为上海世博会“金秋闵行”、ATP1000网球大师赛等重大活动、大型赛事提供服务保障,鼓励广大团员青年反哺社会。积极帮扶进城务工随迁子女、孤残儿童、重灾区学生等,奉献爱心。培育了“成长1+1”爱心助学、“智(挚)爱心连心”、“保护母亲河”活动等一批影响力广泛的志愿者品牌项目。

其中,主打项目“成长1+1”是闵行区青年志愿者爱心助学服务项目,即一名志愿者结对一名受助学生,在学生学习生活中给予关心、支持和帮助。自2004年闵行团区委与市慈善基金会闵行分会、区教育局联合推动了这项关注本地区贫困家庭孩子成长的“希望工程”后,经过8年来的项目培育和推进,共招募到1000多位优秀的青年教师

加入其中,结对数由100对扩大到现在的400余对,给了众多贫困家庭以发展的希望。

2012年,闵行团区委聚焦来沪青少年,将“成长1+1”爱心助学帮扶范围扩大到了区内16所进城务工随迁子女学校中,组织38家直属团组织与16所进城务工随迁子女学校牵手结对,招募“成长1+1”辅导员87名,开辟“成长1+1”活动基地19个,成功开展了“暑期国防夏令营”、“成长对对碰,携手迎中秋”、“牵手文汇益心助学”、“七彩体验营”等活动,既提升了来沪青少年的综合素质,也促进了他们在闵行的融合发展。

“成长1+1”爱心助学服务队先后被授予“全国百个优秀青年志愿服务集体”、“上海市优秀青年志愿服务集体”、“上海市科教系统师德建设十佳优秀项目”、“上海市职业道德建设十佳好事”、“优秀慈善义工集体”等荣誉称号。 记者 朱莹



2012年“成长1+1”项目成功开展“暑期国防夏令营”。
受访者供图

太平洋保险 代表项目:“责任照亮未来”品牌公益活动

在企业公益领域,有一个“小太阳”已经带着笑脸行走了五个年头,从吉林、江西、山东到广西、云南、四川、安徽……所到之处,将关爱带到乡村学校的师生身边。这个微笑的“太阳”就是太平洋保险的品牌化公益活动——“责任照亮未来”的LOGO。

公司建立21年来,太平洋保险始终积极投身公益事业。1996年,太平洋保险援建的第一所希望小学在山西省阳曲县贫困山区落成,而后的16年,又先后在云南、江西、贵州、山西等地的贫困山区捐资兴建了60余所希望小学,积极履行企业公民的职责。而随着企业社会责任建设体系的不断完善,太平洋保险对公益项目的运作也更加规范和专业,并致力于塑造有影响力的公益品牌。

2008年,公司启动了“责任照亮未来”品牌化公益活动,通过支教、捐赠、结对助学等软硬件支持,为贫困地区孩子的教育、安全、健康提供持续关爱。5年来,已为6000多名贫困地区孩子和孤残儿童带去了丰富的素质教育课程,以

及所需的学习和生活用品,为乡村教师送去了保险及丰富的教学资料,为学校援建了爱心图书室、多媒体教室。

太平洋保险一直秉持这样一个理念,要把公益真正做到实处,能力和态度同样重要。2012年年初,太平洋保险面向全系统员工进行志愿者的集中招募,7月,“责任照亮未来”志愿者网络学习平台上线,通过在线学习评估,最终产生了近500名注册志愿者,而随着招募活动的持续进行,注册志愿者队伍的规模仍在不断壮大中。“责任照亮未来”的所有活动均面向注册志愿者进行定向招募。以2012年“责任照亮未来”主教点活动为例,在经过简历考察、课程规划笔试及语言表达面试后,最终选拔出12位志愿者分赴安徽和陕西,进行了为期一周的支教活动。

“责任照亮未来”活动并不只停留在总部层面,而是通过资源整合和平台搭建,由上至下地有序推动。比如,集团公司以授权的方式提供统一的活动形象品,并设计了各种标准化

的活动模块供分公司开展活动时参照使用。从今年年初至今,太平洋保险已有30多家分公司相继开展了“责任照亮未来”活动,共惠及3000多名孩子。

“公益不是单方面的给予。”在太平洋保险看来,公益运作的专业性还体现在对受助对象真实需求的关注。在一次次深入乡村小学的过程中,太平洋保险发现“素质教育资源匮乏及留守儿童家庭教育”问题突出,并在需求评估的基础上,通过针对性的软硬件支持予以回应。比如,“责任照亮未来”为学校援建了爱心图书室和多媒体教室,并针对乡村教师教学短板配备了音乐、美术、英语、学前教育等多媒体教学资料,帮助老师借助多媒体教学设备开展持续的素质教育教学。

在“责任照亮未来”活动开展过程中,始终坚持通过信息的公开透明来保障公信力。除了从注册志愿者中选举成立“财务管理小组”对爱心募集的款项进行管理和监督外,善款的每次使用都经内部信息公告及活动微博进行公示。

上海索益公益文化发展中心 代表项目《探索公益》杂志



工作人员正在采访无障碍地图项目。
受访者供图

《探索公益》是上海索益公益文化发展中心自办的,用于传播公益理念的定向发行刊物。刊物结合当下社会关注问题,宣传公益文化,通过文化带动公益,使得更多人了解公益事业并引导公众积极参与公益活动。

刊物的受众以年轻白领为主,以专题介绍公益组织并分享成功经典案例,以访谈约见公益人物探讨未来发展方向,由此提升当下公众对公益事业的了解和关注。刊物特别开设民生专栏,及时更新社区动态,提供办理各项业务的便民信息。

并集合青年人关注时尚话题,将公益变为时尚文化在人群中幸福的传递。《探索公益》的诞生与成长将让更多人从方方面面了解公益行业——从业人员的酸甜苦辣、政府部门的期盼,而公益创业的青年人和广大的社会公众可以通过这样的刊物进行交流和分享。

目前《探索公益》已发行至第三期,刊物的读者发行渠道主要覆盖在写字楼,发行数量约5000份;街道社区,发行数量约1500份;10个高级商业网点,发行数量约1000份;以及其他需要定点邮寄的地方。



孩子们收到营养加餐。
受访者供图

百胜餐饮集团 代表项目:捐一元

为改善贫困山区小学生的营养健康状况,2008年起,由中国扶贫基金会携手肯德基、必胜客所属百胜餐饮集团中国事业部和联合国世界粮食计划署共同发起的“捐一元·献爱心·送营养”项目。

项目目标旨在引发全社会对贫困山区儿童的关注,并且发动全社会为贫困山区儿童募捐,从而改善他们的营养健康状况。在推动项目的同时,也提升百胜及旗下品牌的公益形象。

项目自2008年启动以来,共募集善款4350万余元。这批善款为近60000人次的贫困小学生提供近1200万份的每日营养加餐。其中,2008-2010年,项

目在四川地震灾区开展,为绵竹、江油、北川等地的超过15000名小学生提供每日营养餐(牛奶和面包)。

2010年,项目在云南启动,截至2011年,已为云南省8县80所贫困小学的22275名小学生提供每日营养餐(牛奶和鸡蛋)近450万份,同时为受助小学提供包括煤气发生炉、蒸饭车、消毒柜、冰柜、操作台和排风扇等在内的标准“爱心厨房”设备。

2012年“捐一元”项目资金为云南昭通、大理、丽江、红河、文山等州(市)82所学校近20000名学生提供营养餐,并为部分学校提供“爱心厨房”设备,受助学校将超过100所。