

从技术公益到非遗传承

完善的制度是员工公益最好的保障

■ 本报记者 皮磊

如果用一个词来给这个9月定调,那么“公益”一定是很多人的首选。

自月初开始,围绕“中华慈善日”,政府主管部门、广大社会组织、互联网企业等不同主体,陆续开启了主题丰富的公益倡导和实践活动。我们看到,得益于近年来互联网公益的快速发展,普通人参与公益的门槛显著降低,参与方式越来越多元化、趣味化、可持续。

其中一个非常值得关注的现象是,以互联网头部企业为代表,其在赋能行业发展的同时,也进一步强化了“员工公益”及“商业向善”在社会公众和企业内部的认可度。企业员工如何参与公益、企业在制度上如何支持员工公益,都成为行业研究的重点议题。

在这方面,由抖音集团员工自发组成的志愿者团体(即跳跳糖员工公益,简称跳跳糖)给出了自己的答案。

9月5日,中华慈善日,也是抖音集团的跳跳糖公益日。由跳跳糖员工公益发起的“2024跳跳糖公益日·传承非遗做好事”主题活动,带领抖音集团员工通过多种创意玩法,了解非遗、走近非遗、传播非遗,助力我国非遗传承。

事实上,文化保护与传承一直以来都是抖音集团公益版图的重要一环,其中如古籍数字化、文物撑伞人、跃动中轴线等项目,调动了数万人次员工参与,其社会影响更是得到各方高度认可。

结合这一背景和基础,也不难理解为何会有今年的“传承非遗做好事”主题活动。而从活动整体设计及持续时间跨度来看,其也有着突出的人文色彩和互联网公益特点。

云锦织造技艺、普洱茶制作技艺、“起麟霞彩”刺绣……只有当我们走近非遗、与非遗传承人面对面,才有可能全面了解和感受我国传统非遗的魅力。在此次主题活动前期,跳跳糖员工公益首先在内部发起招募,参与的员

工志愿者以“非遗推荐官”身份,前往江浙、川渝、广深、青甘、云贵及内蒙等地实地探访33种非遗,与非遗传承人面对面深入交流,并以文字、照片、视频的形式记录非遗的技艺传承与理念内涵。

对于这些身处行业发展前沿的互联网从业者来说,此次实地探访带来的感受可以用“震撼”形容。

“银遇见火,遇见雕琢与捶打,逐渐有了形状与希冀。人们将最美好的期待送给新生,用这世间崭新的洁白去祝愿;没有杂质的沾染环成缠绕的爱情戴在腕间;或是锤炼成一朵永不言败的向阳花,送给蓬勃的人生。”这是“非遗传播官”王玮在体验壮族银器制作技艺后发出的感慨:“很多时候我们无法言说的心事,匠人已替我们宣之于众。”

在邀请员工参与的基础上,此次活动第二阶段,跳跳糖员工公益通过跳跳糖公益盒子(飞书应用)发布拍品文档、开展拍卖会直播。拍卖采取暗拍形式,员工在活动期间可以多次出价,最终出价最高者获得拍品,员工则按照成交价直接捐赠给抖音公益平台上线的公益项目。截至9月10日,已有来自非遗传承人、公益机构、抖音集团业务部门及抖音集团员工等各界捐赠的3000余件拍品,覆盖400个品类。

值得一提的是,公益拍卖会并非今年首次尝试。2023年,有3.3万人次员工线上浏览拍品、点赞、出价,1万人次员工参与竞拍120余件拍品,拍品包括非遗手工艺品、自闭症儿童画作、时尚单品、电子产品、名人周边、公益调研机会、学习交流机会等多种实体及虚拟类物品。拍卖为天才妈妈(困境妇女非遗工作坊)、文物撑伞人(为文物巡护员发放物资包)等公益项目捐赠80余万元。

公益需要链接、需要共创,而得益于互联网企业的先天优势,这一切都变得简单高效。将专业、技术转化为对公益的理解和支持,更是属于互联网企业员



跳跳糖公益非遗市集现场



跳跳糖员工志愿者探访非遗传承人

工独有的“浪漫”。

2019年12月,“跳跳糖公益盒子”飞书小程序正式上线。这是抖音集团程序员们开发的一款员工公益小程序,由员工发起的公益社团可以在平台上发起各类公益项目和活动,员工可以通过这一平台浏览、参与相关公益活动,同时获得公益时认证、解锁公益荣誉。丰富有趣的公益参与机会加上公司1:1配捐支持,让这款小程序在员工中拥有非常高的认可度。

公益也需要各方在场。

在今年的“传承非遗做好事”主题活动中,跳跳糖员工公益邀请非遗传承人走进抖音集团位于北京、上海、深圳、成都、西安的七个办公区,参与公益非遗市集,在现场展现技艺、作品,与员工展开互动。与此同时,他们还邀请非遗传承人开展线上

直播体验课,面向抖音集团全国30个城市69个工区的1000多名员工分享非遗技艺内涵与传承故事,指导员工用相应非遗材料包体验非遗技艺制作过程。

线上线相结合的思路,让公益能够触达更多群体,更重要的是让公益逐步融入社会生活的方方面面,破圈效应显著:2024年中国国际时装周期间,天才妈妈非遗秀作为唯一的公益秀,通过民族音乐表演、非遗故事讲述、公益项目展演等形式开展公众倡导,跳跳糖员工公益深度参与了本次公益秀的策划、走秀及拍摄记录。

从员工自发公益行为到社会公众议题,从企业及社区层面到更广阔的世界舞台,公益并没有确切的边界,但如若希望充分发挥自身优势,最大限度调动员工参与积极性,避免资源浪费,

还需要科学合理的制度设计。

在平台建设之外,抖音集团推出了捐赠配捐制度,即按照1:1的比例对员工捐赠进行配捐;面向全体员工推出每自然年1天(8小时)的全薪“志愿服务日”,员工可申请一天的志愿服务日做公益;设立“公益梦想基金”,向务实可落地、社会价值强、专业可持续的员工公益项目提供资金支持。值得一提的是,2023年3月,跳跳糖自发成立跳跳糖志愿者协会,发扬“务实、专业、友爱、成长”的精神,高效连接企业公益社团与注册志愿者的力量。

我们看到,在制度、资源、运营及技术等方面的支持下,这群来自互联网企业的员工志愿者不断打破固有思维,链接多方力量,推动公益创新,其关注范围涵盖文化保护与传承、儿童健康与成长、青年发展、环境保护、技术公益、知识科普与公益倡导等——

截至2024年6月,文化传承人项目累计整理580本、18万页古籍,帮扶基层文保员6700名,服务中轴线沿线居民及游客5.7万人次;跳跳糖PDI公益社团发起技术公益大赛,产生近300个创意、64个成熟项目,用技术助力公益;电商部门抽检样品产生的库存闲置品用于义卖,所得全部捐赠至公益项目;商安社团将工作中积累的知识制作成“安心智慧呵护手册”,为社区老年人和孩子科普网络安全及反诈知识……

据了解,截至2024年6月,已有13万抖音集团员工参加过跳跳糖员工公益活动,累计捐赠6300万元,支持过1300个公益项目。应该说,员工公益是企业文化和价值观的真实映照,也是推动公益行业健康发展的重要一环。而企业在运营及发展过程中探索出的制度经验,也为公益行业提供了重要借鉴和参考。希望看到更多更成熟的企业员工公益案例,在完善的制度保障下激发更多公益创新,“一起让好事发生”。

阿里健康上线“罕见病关爱平台”为患儿家庭提供综合性援助

近日,阿里健康、阿里巴巴公益联合北京病痛挑战公益基金会(简称“病痛挑战基金会”)共同发布罕见病关爱平台,联动权威医疗机构和专家以及特医奶粉生产企业等多方力量,为17种遗传代谢类罕见病患儿提供公益服务,内容包括医疗服务援助、经济援助、特医奶粉保供以及饮食管理等内容。

据国际罕见病联盟统计,全世界发现的罕见病有7000至10000种,被称为“医学孤儿”的患者数量约有3亿。除了“确诊难、治疗难”之外,罕见病患者还面临

特医食品需求无法满足的困难。

以甲基丙二酸血症为例,它是一种罕见的常染色体隐性遗传病。由于体内某些关键酶和辅助因子缺陷,患者无法正常代谢食物中的某些氨基酸,导致酸性物质在体内异常蓄积,发生代谢性“酸中毒”,严重时危及生命。对他们来说,在日常生活中多吃一口肉、多喝一口奶都有可能“中毒”。特医奶粉,去掉了患儿代谢不了的氨基酸成分,成为他们维系生命的必需品。目前国内患者家庭主要通过“海淘”购买特医奶粉,时常面临“断货”风险。

2023年9月,为了解决“柠檬宝宝”(甲基丙二酸血症和丙酸血症患者)普遍面临的特医奶粉“购买难、负担重”问题,阿里巴巴公益、阿里健康公益联合病痛挑战基金会发起“柠檬宝宝关爱行动”,一方面收集患者特医奶粉需求数量,一方面联动奶粉企业定向安排生产。阿里健康大药房发挥其跨境平台能力,打通全球寻源、产能沟通、价格谈判、国际物流、通关、仓配等环节链路,为中国的“柠檬宝宝”提供官方正品平价特医奶粉,其中菜鸟发挥专业的物流能力,为特医奶粉提供物

流保障。截至目前,该行动已为患儿保供近万罐特医奶粉。

此次发布的罕见病关爱平台是对“柠檬宝宝关爱行动”的升级,一是支援罕见病患者从两种扩展至17种;二是为患儿提供更多元化的公益服务。用户可以通过淘宝进入阿里健康大药房,点击“我的”按钮,进入“罕见病专区”。

该项目将联动顶尖医疗机构和多省新生儿筛查中心,为确诊患儿提供医疗救助、特奶保供等帮助。由于新生儿的早发现、早诊断、早干预对患儿预后具有重要意义,如果能够及时从哺乳期开始治疗,将

有效减少酸中毒、避免智力受损。因此,项目除了为18岁以下患儿提供公益帮助之外,重点为全国新筛阳性患儿0-1岁期间的特医奶粉花费给予更主动、及时的供给保障和更大力度的经济援助,希望第一时间帮助家长掌握科学管理的能力,渡过第一道难关。

此外,“柠檬宝宝”饮食计算器也已上线,只需要输入年龄、体重等基本信息,就能精确地计算孩子的蛋白质摄入量 and 注意事项,帮助家长们减轻日常照顾孩子的负担,避免因蛋白质过量导致“酸中毒”。(皮磊)