

# 公益传播官,不简单!



岩松 / 文

北京瑞森德社会组织发展中心理事

公益慈善是一项社会事业,建构正确的认知,对于推动议题改善,达成组织使命至关重要,公益传播是其中的关键一环。

怎样才是一个合格的公益传播官?我们从职业要求、核心工作和支持条件三个方面与业内同仁共同探讨。

## 谁可以担任传播官?

传播官是组织与内外部沟通的重要岗位,肩负着倡导公益理念、推动议题改变、提升组织影响力的责任,除了内容编辑、发布,各种活动推广、运营,传播官还需要不断丰富组织的资源,与各利益相关方进行沟通,提升组织公共关系的质量。

对传播官的要求,可以从意识、能力和工作内容三个层面进行考虑。

**意识层面:** 有正确的价值观,认同组织使命、积极主动、以

终为始等

**能力层面:** 内容生产、表达能力、数据分析、统筹协调、多线程工作、快速学习等

**工作层面:** 写作、编辑、方案策划与实施,新媒体运营、活动组织,资源拓展等

## 如何设立传播目标?

传播官的一大挑战是如何确立合理的目标,即:什么才是组织最需要的?这需要传播官有敏锐的洞察力,在纷繁复杂的表象中,把握组织发展各阶段的核心需求。

传播目标的设立,可以从认知与态度、规模、行动三个维度进行具体考虑。

认知与态度是受众对于信息的“注意力,记忆,思考”以及“对于事情的反应方式”。

规模包括了传播影响的区域大小、受众的多少,以及持续

的时间。组织可以通过调研、访谈、文献研究等方法,对受众态度的变化进行评估。

行动包括了受众对于公益传播信息的反应,以及这种反应产生的行为。

设立目标时,建议每个维度之下设定相应的子目标,每个子目标都符合 SMART 原则。以此,推动员工更加高效地工作,为组织的管理者评估传播工作绩效,提供可参照的标准。这样不仅使考核更加科学化、规范化,也更能保证考核的公正、公开与公平。

实现目标的策略,包括了实施的具体方法和行动计划。公益传播策略可以用一句话概括,“对谁,说什么,怎么说”。

制定传播策略时需要考虑特定受众的特征与习惯,用她/他们听得懂的话语,采取对方可以接受的方式进行沟通。传播官在制定策略与计划时,可以参照 5W2H 作为思考框架。5W2H 包括:

**Why 为什么——计划的目的/目标**

**What 做什么——工作内容,过程中的里程碑,其他部门协作事项**

**Who 何人——目标受众群体,部门内部分工,其他部门支持者**

**When 何时——计划期间,过程进度,投放时段**

**Where 何地——计划实施的**

区域,信息传递的媒介组合

**How 如何——达成目标的方法/形式,衡量指标等**

**How much 多少——计划的预算,投入的时间人力及相应的资源**

## 如何给予传播团队支持?

根据北京瑞森德社会组织发展中心,2021年采集的26个省市地区的数据显示,78.23%的社会组织专职员工在10人以内,仅有32.28%的组织设有传播专岗,51.43%的社会组织传播工作有人负责,但同时兼顾其他工作。

这表明,社会组织的规模相对有限,内部分工尚未完善。在资源有限的情况下,提升公益传播成效,需要善用内外部资源,充分发挥各自优势,进行高效协同。

传播官在开展行动前,需要与内外部利益相关方主动沟通,形成共识。筹资、项目相关岗位的负责人,也要认识到,为了达成使命,社会组织必须积极地宣传自己的理念、服务或产品,提升组织的社会影响力。

在移动互联网时代,传播的受众可能成为组织的捐赠方,而传播本身业已成为筹款的先导。二者对于组织和项目来说,是一体两面的关系。有效的传播,有助于在吸纳社会资源回应相关议题的同时,不断积累社会资本,

茁壮组织。

项目团队可以为传播提供丰富的素材,让内容更加鲜活、真实。中国发展研究基金会“慧育中国”项目,以经过专业培训的育婴辅导员入户家访为主,辅助以亲子活动的方式,针对贫困地区农村6~36个月婴幼儿家庭不利的早期养育环境,为儿童家庭提供可及和有质量保证的早期养育指导。

该项目开通了抖音账号,项目传播团队以每周平均发布2条的频率更新,并且创作出播放量达数百万的优秀作品。

如此大工作量,素材从哪里来?其秘诀是整合项目实施网络的资源。

前期,传播团队根据项目的实施场景,设计了一套视频素材采集流程,通过各地的育婴辅导员家访时以手机拍摄,后期通过专业团队剪辑和配音,产出作品。在没有增加成本的情况下,传播团队每周都可以获得一手资料,并且起到了项目督导的作用,彰显了当地政府的政绩,提升了受益家庭和育婴辅导员的体验,可谓一举多得。

公益传播应是组织发展战略的重要组成部分,需要全盘统筹,持之以恒。作为组织的管理者,需要在团队内部树立“人人都是传播官”的理念,实现资源共享高效协同。同时,建立合理的考评机制,彰显传播的价值。

## 心和公益基金会(2020)年度工作报告摘要

本组织(2020)年度工作报告已经登记管理机关审查通过,根据《基金会管理条例》第三十八条规定,现予摘要公布。

### 一、基本信息

基金会名称	心和公益基金会	登记证号	53100000500021182U
业务主管单位	民政部	基金会类型	非公募基金会
业务范围	开展资金捐赠、济困救灾、扶贫、扶幼、助医、助学、助教等社会救助活动及慈善公益活动。		
原始基金数额	5000万元	法定代表人	伍松
互联网地址	www.xinping.org	成立时间	2008-09-19
住所	北京市海淀区清华科技园创新大厦A座501		
联系电话	01062702182	邮政编码	100084

### 二、本年度公益活动情况摘要

#### 1.接受捐赠、开展资助情况 单位:人民币(元)

项目	现金	实物折合	合计
一、本年捐赠收入	14693451	681585.27	15375036.27
(一)来自境内的捐赠	14693451	0.00	14693451
其中:来自境内自然人的捐赠	0.00	0.00	0.00

### 2.公益支出情况

单位:人民币(元)

项目	数额或比例
上年度基金余额	55754190.84
本年度总支出	19527751.17
本年度用于公益事业的支出	18424926.04
工作人员工资福利支出	530263.03
行政办公支出	570191.62
其他支出	2370.48
本年度公益事业支出占上年总收入的比例	33.05%(综合两年 0%综合三年 0%)
工作人员工资福利和行政办公支出占总支出的比例	5.64%(综合两年 0%综合三年 0%)

### 三、财务会计报告信息摘要

#### ①资产负债表摘要

单位:人民币(元)

资产	年初数	期末数	负债和净资产	年初数	期末数
流动资产	55798026.45	58994502.29	流动负债	103094.15	2909.26
其中:货币资金	55768026.15	57990652.29	长期负债	0.00	0.00
长期投资	0.00	0.00	受托代理负债	0.00	0.00
固定资产	0.00	0.00	负债合计	103094.15	2909.26
无形资产	0.00	0.00	限定性净资产	0.00	0.00
受托代理资产	0.00	0.00	非限定性净资产	55754190.84	59025919.55
			净资产合计	55754190.84	59025919.55
资产总计	55857284.99	59028828.81	负债和净资产总计	55857284.99	59028828.81

#### ②业务活动表摘要

单位:人民币(元)

项目	非限定性	限定性	合计
一、收入	22799479.88	0.00	0.00
其中:捐赠收入	15375036.27	0.00	15375036.27
政府补助收入	0.00	0.00	0.00
投资收益	6224151.52	0.00	6224151.52
二、本年费用	19527751.17	0.00	0.00
(一)业务活动成本	18424926.04	0.00	18424926.04
(二)管理费用	1100454.65	0.00	1100454.65
(三)筹资费用	2370.48	0.00	2370.48
(四)其他费用	0.00	0.00	0.00
三、限定性净资产转为非限定性净资产	0.00	0.00	0.00
四、净资产变动额(若为净资产减少额,以“-”号填列)	3271728.71	0.00	3271728.71

### 四、审计机构:北京永勤会计师事务所有限公司

### 五、监事:娄天春

### 六、审计日期:2022-04-18