



经历了“非典”、汶川地震等重大灾害的考验,中国志愿者们开始成熟成长并走向专业化、规范化道路,而奥运会、世博会等又将他们引入更大的国际舞台

从自发献爱心到自觉捐专业

中国式志愿精神的民间嬗变

■ 本报记者 闫冰 高文兴 王会贤

一群高度专业化,供职于惠普、IBM 以及京东方等企业的营销专业人才,历时 3 个月,免费为民间 NGO 百德做了一套项目推广方案。但是百德负责人的一句“用不了”,让这三个月的付出回到原点。

百德社区发展促进中心是一家为青少年教育、家庭社会服务等课题研究和项目开发的 NGO,它的一套课程被北京西城区政府作为公共服务购买后,百德想把成功的案例更多地推广出去。但是,直接嫁接的企业市场营销理念一开始就遭遇了水土不服。

志愿者团队年轻的负责人没有因百德的拒绝而死心,当他们真正成为百德相关公益项目的参与者后,一切在基于 NGO 具体情况的前提下推倒重来。

又是三个月,“百百”与“德德”两个卡通代言形象诞生,风格简洁温馨的海报折页面世,出自更多 IT 行业志愿者之手的全新网站上线……这一切使得这个项目的初衷修成正果,百德的服务又被北京朝阳区、东城区以及更多方面购买。

这个案例只是一个剪影,背后是一场正在中国民间持续发酵的志愿者专业化运动。

捐专业是超越捐钱捐物捐时间之上的更高级的志愿服务形式。这种已在欧美盛行多年的志愿服务模式正在为越来越多的中国 NGO 认知和接受。而且在近几年中国公益领域发展态势强劲的背景下,也自然而然产生了更多的需求。

专业化志愿者服务的出现

或可被视为一个中国民间志愿服务精神发展的里程碑。这背后折射出的是中国式志愿服务精神向更高级的发展与进化,也展现了在社会经济高速发展的背景下,公共精神的萌芽以及越来越多的个体对人生价值以及社会发展保持积极态度的体现。

《公益时报》试图通过对当下中国志愿服务领域的相关主体的描摹,还原中国式志愿精神发展与流变的脉络,这或者只是一张不完整的拼图,但希望能够引起更多人对中国式志愿服务精神的认同、参与以及关注。

志愿者专业化的推手

本文开头提及的百德项目背后,是一个有条不紊的计划。这项由美国 Taproot 基金会、北京惠泽人咨询服务中心、BSR(全球商务社会责任国际协会)、惠普公司以及南都基金会共同开发并联合多家企业参与的项目——中国专业志愿服务(Developing Pro Bono in China),目的是引导企业输出志愿者、运用各自的专业技能和知识来帮助解决公益组织成长中的切实问题。

该项目 2010 年开始酝酿,2011 年春天正式启动。最初是由 BSR 与在美国成功推行专业志愿服务模式的 Taproot 基金会多次沟通并向其推荐了惠泽人,将南都公益基金会纳入参与资助方,最终多方的跨界合作模式才初具雏形。

Taproot 基金会创始人亚伦·赫斯特(Aaron Hurst)在接受

“

经历多年发展的中国志愿者群体,以及这个群体所承载的精神,正迫切地需要更广泛、更有效率的召集组织形式,并以更高的热情参与到社会公共服务领域的变革中,而更多来自民间的力量,以个人或者机构、企业的名义,更广泛层次参与到社会公共服务中亦已成为不可逆转的趋势。”

”

《公益时报》记者专访时这样描述自己对于在中国推进专业志愿服务工作意义的认识:“志愿服务在中国出现的面貌和在美国不尽相同,但它仍处于发端期,将其与已经活跃了超过两个世纪的美国社会部门进行比较,这是不公平的。中国的这个领域尚处于襁褓之中,它的成长将很自然地带动志愿业的发展。对此我们需要有耐心。”

民间公益组织惠泽人起到了本土项目推进中的桥梁和纽带的作用,让企业与 NGO 真正牵手,实现商业与公益领域的亲密接触。“每个人都有自己的剩余价值,在工作的主业中没有实现,志愿者们把各自的专业技能和知识捐出来,我们再把他们与 NGO 的需求做匹配。”北京惠泽人咨询服务中心的创始人翟雁说。

她认为企业,除了志愿者和资金的输出作为支持,贡献科技

和专业知识的力量,更重要的是,大型跨国公司的国际视野和历史积淀,会带给国内公益领域、NGO 在履行社会责任时候新的理念。“企业的专业技术人员所做的志愿服务,会通过支持型 NGO 的协调、梳理、对接,而得到放大。”

但专业志愿服务(Pro Bono)这一全新的概念移植到中国肯定会经历本土化的适应过程,“像惠普这种用专业技能服务社会的志愿活动在美国已经做了十多年。”中国惠普的社会创新总监陈涓说,“这个过程就会面临很多中国特有的问题,所以要引入中国的 NGO 组织来帮我们找到 NGO 的需求。”她也坦言,在项目运作的前半年,并没有太多成功案例。

“现在我们已经做了 20 多个项目,成功率大概 60%。志愿者和 NGO 首先能够把事儿持续地做下去,NGO 的项目化管理是所有人要面临的挑战。”翟雁如是说。

最终,志愿者要完成任务目标、有成功的对接会议并且 NGO 要对志愿者们的服务做反馈和评价,一个服务项目才算成功。

“企业和 NGO 彼此之间的沟通和理解才能有更好的合作,志愿者们自发的后续扩展和对项目的不懈努力,是培养志愿者公民社会责任意识的很好的锻炼,也是我们希望看到的。”惠泽人创始人翟雁说,“这种志愿服务是希望志愿者把 NGO 当做自己的客户,而不是单纯的给予。”

“一个医生做一台手术和种一棵树,所做出的贡献从某种意义上说是不一样的。”陈涓打了个比方,“所以除了传统意义上输出时间的志愿服务,提供专业的志愿服务是一种丰富和拓展。我们公司有很多年轻的同事,他们并不缺乏为社会服务的理念和热情,我们更多地是如何引导他们更好的为社会服务,为他们搭建起一架桥梁、一个渠道。”

(上转 06 版)



惠泽人组织 Intel 志愿者参与社区服务