

互联网公益背后的公益价值拷问

■ 本报记者 曹宇正

站在岁初,回看中国公益行业前一年的发展速度,是以往任何时候都无可相比的。公益项目开始不断寻求转变,公益传播开始进入越来越多公众的视野,并且一次又一次地引发舆论高度关注,但与此同时所带来的一次又一次反转与质疑,无疑是对高速发展下的中国公益行业的价值拷问。

这一切的变化,来自于互联网,来自于互联网与公益越来越深度的融合。对于中国公益行业而言,如何让公益能够有效地触及更为广泛的公众,也让公众能够更加便捷地参与公益,是一直以来的行业难题。但互联网的介入,无疑为问题的解决带来了无限可能,从传统PC端的线上捐赠,到如今社交传播、移动捐赠、直播公益等模式,在互联网不断改变人们包括社交、支付、购物、娱乐等生活方式的同时,公益也从传统的线下募捐、“拼惨”,逐渐以新的姿态出现在公众生活中。

去年,你的社交平台时不而会看到好友支持公益项目的动态。第三届“99公益日”的三天时间累计1268万人次捐赠善款金额超过8.29亿元,加上来自腾讯公益慈善基金会与爱心企业的配捐金额,累计善款金额超过13亿元,为全国6466个项目贡献力量,而你可能正是当中的一位爱心网友;去年,你的朋友圈或许被一幅幅来自自闭症儿童的画作刷屏,并为他们的天赋义无反顾地“一元购画”;去年,



你也许看到了与你同一天生日的那个陌生小孩,并选择为这份素未谋面的缘分献出你的爱心。

一次次成功的公益营销与传播,借助互联网所带来的直达用户的技术和平台,公众广泛参与的问题似乎得以解决。但高效传播及巨额善款之后,也有来自社会各界对公益的质疑与讨论。“一元购画”短短数小时疯狂刷屏以及筹款千万之后,引发了公众对善款用途及使用规划的质疑;而“同一天出生的你”却在高速传播中因文案出错引发舆论

强烈质疑,此后其项目合规性、筹款伦理等方面更成为争论焦点,并最终停止,被有关部门立案调查……

我们高兴地看到,在互联网高速发展,为公益提供更多的技术支持和传播途径的过程中,公益组织开始更加注重创新和形式。但与此同时,一次次的舆论反转与公众质疑,正在对当今的公益价值进行拷问:公益的初心是什么?火爆的公益营销到底为了什么?

这样的质疑与拷问来势凶

猛却并非坏事。公益正日渐成为社会所关注的话题,每一位公益人都在为此而努力,但在不断发展过程中,我们不应该将筹款、传播作为追求的目标。让公益更透明、更专业,让公众更放心,让每一份爱心都被尊重,这无疑成为了当下摆在公益行业面前的新问题。对于未来,互联网与公益的融合将更加紧密,新的公益场景仍会不断出现,公益势必将成为人们日常生活中的一部分,让公益项目更专业、更透明、更新颖,将成为未来的新方向。

【网络募捐】

互联网的高速发展,为公益提供了更多的技术支持和传播途径。但与此同时,一次次的舆论反转与公众质疑,也不断拷问着公益人——公益的初心是什么?火爆的公益营销到底为了什么?

案例 1

“一元购画”刷屏背后

2017年8月29日,“小朋友画廊”的H5页面在朋友圈迅速传播,宣称只需1元钱就能购买患有自闭症、精神障碍等人群的画作作为手机屏保,不到一天时间,1500万元的项目筹款就已满额。

“跟其他募捐不一样的是,页面上没有募捐字样,点击‘一元购画’进入后写着‘捐1元钱

爱心画作可以当做屏保’,捐款是被小朋友的画感动了,钱肯定应该是给创作画的小朋友,如果当时说是给WABC直接捐款,我不一定会捐。”有网友表示。

对此,北京师范大学中国公益研究院法律研究中心副主任黎颖露指出,由于“一元购画”在宣传中没有充分披露公募主体

的相关信息,不少用户将购买和募捐混淆,基于不同的意思表示作出后续行为的法律后果是不同的。

“这次‘一元购画’项目尽管募捐的细节仍有待进一步公开,但从募捐效果上看显然是成功的,也反映出网络公益传播快、小额化的特点。”互联网分析师郭静认为,利用网络营销、商业

的力量传播公益已成为一种趋势。

黎颖露则认为,以往的观点中认为有商业成分的存在就会让公益变味,但商业的基本原则是诚信,公益则需要透明,在互联网时代,把公益纳入到商业体系中,用商业的力量放大公益效应,也是破解公益信任危机的一种新思路。

案例 2

“同一天出生的你”火爆背后涉嫌违规

2017年12月23日,“同一天出生的你”筹款项目H5页面传播迅速,公众可通过选择不同生日日期的方式选择不同的受助群体,并为其捐赠1元善款。通过不同日期的选择,还引发了公众的广泛参与和热情,同样在社交平台呈现刷屏式现象。活

动有分贝筹联合爱佑未来慈善基金会共同发起。

但就在该活动传播过程中,网友发现活动文案中出现相同孩子却不同名字、不同生日,而有的孩子的生日更是根本不存在的日期等,并开始质疑活动内容的真实性。此后,行业媒体发

现该公开募捐活动虽然正式备案,且款项均直接进入具备公募资质的爱佑未来慈善基金会账户,但是其募捐信息发布涉嫌违反《慈善法》相关规定,质疑其筹款合规性,而随着事件不断发酵,关于项目专业性以及筹款伦理等方面也引发了更多争论。

此后,作为项目联合发起方,分贝筹及深圳市爱佑未来慈善基金会均作出回应,表示此次活动因测试版意外泄露,导致活动内容尚未核对便被广泛传播,进而出现低级错误。而对于项目的合规性,深圳市民政局于12月26日正式立案调查。