



汤敏/文

古村之友创始人、理事长

公益募捐别忽视伦理基础



姚遥/文

资深公益人士

公益应该顶得了天，立得下地

公益不能拼行政化

毫无疑问,公益不是以行政化为优势的。行政化影响了公益界资源分配的公平正义,妨害了公益创新思想和模式的发展,导致了大批不专业的人借助行政化裙带力量浪费公益资源。

目前,社会组织去行政化渐成共识,《慈善法》严令禁止现职公务员进入社会组织,这是一个很好的方向指针。

公益不该拼钱和拼阔

草根公益圈基本是贫穷的,但这个队列中也不乏有从企业家转型做公益者。

转型做公益的企业家,往往是厌倦了商业中的利益博弈,认识到人生中更有意义或者更适合自己的方向。然而,是什么造成了他们蓄意在公益行业“拼钱拼阔”的错觉?我想可能一方面是贫穷久了的草根公益圈本身的敏感性,另一方面是企业家的生活和草根公益圈格格不入吧。至于怎么化解这种假象,可能要靠时间来慢慢感化吧。

公益不该拼能和炫技

公益决定既不能拼行政化,也不应拼钱拼阔,那么最名正言顺的恐怕应是以“能耐”论高低。

于是,做互联网的说,“连接”是公益的必杀技,应让公益如病毒一样不断蔓延;做金融的说,金融和资本是公益的必杀技,于是去打理资金、管理好财务;做商业的说,商业模式是公益的必杀技,于是公益要去投身到消费市场、去生产产品,去搞电商开网店……

尽管这些尝试都可以在局部范围或者单一特殊机构内形成一定效果,但终究只是公益领域的“丛林法则”——对局部有利,对总体有害。肆意的互联网炫技,吸取了本就贫瘠的社会公益土壤里的水分,造成了群众的反感和质疑;公益金融如果过分高调和强调高档,容易让公益变成了一个高门槛的富人俱乐部,这与推动公益需要的群众基础是背道而驰的;搞电商、做买卖可让一批公益人衣食自足,但公益有可能在真正的商业效率面前充当边角料,让人容易忘记了列在章程里的使命……

这的确是公益难做之处,但作为基本伦理,公益事业也不应是以炫技为主基调的。

公益可以顶天立地

那么,公益对社会的改良意义

究竟该如何衡量?

首先,一个有深远价值的公益事业理应回应的是最紧迫、影响面最广泛的社会问题。

公益是一个需要不断进化的事业,这点和做企业类似——企业从需要解决自我生存、到逐渐做大甚至改变业务范围,逐渐承担起更多国内乃至世界使命,是一场不断自我革命、连续创业的历程。

但公益是一个容易“偏安一隅”的行业,因为“勿以善小而不为”会让我们选择在自己划定的范围内不断去“做绣花枕头”。我们需要思考如何不断去修正出发点,根据时代调整或扩充公益议题。

社会议题在社会发展不同时期也有不同的侧重。红十字会的最初形成是为了战时人道主义救援;我国公益在2008年汶川地震后主要面向自然灾害救援、儿童助学与贫困;随着时代进步和社会问题的不断深化,老人、社区治理乃至文化繁荣都将逐渐成为不同时期的公益重点和难点……公益不是一项一成不变的事业,我们不应为了追逐热点而调整战略,但我们需要对同时期的公益重心做出应有的响应。

其次,公益应该“顶得了天”——积极去影响和推动公共政策乃至法制的健全。

随着政府治理与社会治理关系的密切化加深,十九大明确提出了社会组织参与政治协商的功能,即社会组织应该加强自身理解政策、参与政策、提出建议的能力和水平,让政策制定者听得懂、抓得住、落得实。这样的意见和建议,群众会拥护、政府会接纳,让社会问题低成本地得到解决。

一家公益组织如果剔除了这方面的功能,实际上等于自己砍断了最有力量的胳膊。不论层级多小的公益组织,都可以从改善所在地区的公共政策着手。越是困难的社会问题,越应该去思考的是公共政策的解决方案,因为一项公共政策的推动,改善的可能就是数千万、上亿人的福祉。

第三,公益组织要“立得下地”——研发形成群众参与社会改良的方案,让普通群众成为社会问题的共谋者、共担者、共行者,荣誉普惠于群众。

公益不是一个人或者一家机构做了很多,而是更多人做了一点点,让回应的社会问题深得群众痛点和共识,让提出的解决方案深得群众认可,让设计的参与路径深得群众响应。

新时期的公益更应该利用互联网平台的去中心化优势,让每个有心成为公益主角的群众都可以在专业平台的支撑下释放他们的热情和智慧。

“同一天生日”项目策划精彩,给人留下了深刻印象。但活动产生的争议也需直面,不能忽视公益活动中的根本价值和伦理基础。这个项目的初衷,是为云南贫困儿童募集善款,但后来遭到各方质疑,直至被立案调查,除了存在“一孩分饰多角”的问题外,还有不少问题值得整个公益圈探讨与反思。

到底要为多少孩子捐款?

首先,该活动在项目设计、信息公开上存在明显不足。

活动发起方在第一次接受媒体采访时曾表示,此次接受捐款的孩子都来自云南省镇雄县,总人数将近400人,实际登上活动页面的共366名孩子;如果这366名孩子个人受捐超过1200元(中小学一学年的学费),则余下的钱将转发给剩下未登上活动页面的孩子。

但在捐款金额已到达可以覆盖到页面中存儿童的时候,主办方并未叫停项目,直至舆论对此产生质疑后才将筹款页面关闭。主办方在关闭页面后声明,所有资金将用于镇雄县的2130名贫困学生。

问题是,孩子人数发生了巨大改变,为何不在之前就明

确告知大家?

从慈善专业化的角度看,主办方发起活动之初,就应确认这是为特定儿童定向筹款,还是为不特定儿童筹款。如果是前者,额度满了之后应尽快停止;如果是后者,也需要马上通知大家,否则就存在筹资超过预定目标的问题。

已享受转移支付为何还要受捐?

从平均金额来看,活动主办方始终按照1200元的标准资助儿童,并将资金直接拨付给儿童监护人。主办方设定1200元的资助标准,参照了中小学的学费,但九年制义务教育的公立学校中不存在学费的问题。

事实上,主办方公布的受助儿童来自“建档立卡”的贫困户家庭。根据国家政策,这部分儿童享有教育专项转移支付的助学金支持。这就留下了疑问:已经有国家转移支付介入,这些儿童为何还需要捐款这类的社会资源?

这样做有无必要?为何不去帮助更需要的人?此外,除了直接发放现金,是否还有更好的帮助手段?

将资金直接交给困难家庭支配,的确是一个办法。但困难家庭不会因为有了钱,就能脱离困难的处境。事实上,公益圈内早已达成共识,提高精准扶贫的效率和成果,不能仅给钱,而是要真实帮助脱困,这才是公益组织更需聚焦的地方。

如何保障儿童隐私?

“同一天生日”活动引发爆款的基础在于,一个个具体的儿童举牌在屏幕的一端和捐款人互动。不过,儿童隐私过多地被暴露出来,也可能面临被侵害的风险。

一般在儿童项目中,即便确认了肖像权的使用,但还需要尽量避免年龄、出生日期等太多细节被暴露。

我们不得不考虑这样一个问题,贫困人口需要脱困,也需要尊严。一个孩子被打上了困难儿童的标签,并且面部信息和个人信息被过度曝光,这个标签可能将持续陪伴他一生。

因此,在这种公益活动中,筹款并非唯一。在有条件的情况下,尽量多地保护受益儿童隐私,给他们一个有尊严的成长空间,同等重要。

总之,“同一天生日”策划精彩,给人留下了深刻的印象。但是,活动产生的争议也需直面,不能忽视公益活动中的根本价值和伦理基础。

在移动互联网时代,一些公益组织在不断创新,将慈善活动搬到线上。带动公众捐款、帮助贫苦之人固然好,但互联网的放大效应,会将任何一点瑕疵都转变为公众对整个行业的质疑,这必须引起整个公益圈的重视和思考。

慈善信托机遇与挑战并存



崔研/文

资深公益人

《慈善信托管理办法》的出台为公益慈善事业发展进一步扩大了平台,在有利于增加社会慈善投入的同时,也为具有受托人资格的慈善组织增加了慈善资源。但对于慈善组织来讲确实是机遇和挑战并存。

《慈善信托管理办法》第二十条规定:慈善信托的受托人违反信托义务或者难以履行职责的,委托人可以变更受托人。这对于习惯于一般情况下捐赠属不可撤销协议的一些公募慈善组织(尤指救灾扶贫类)可谓

前所未见。这意味着受托人违反信托义务或者难以履行职责的,慈善组织拿到的慈善信托财产,不是一劳永逸的财产,要看表现看实绩,慈善组织即将遭遇多方面的考验。

首先,是对执行力的考验。按照《慈善信托管理办法》,受益人范围及选定的程序和方法,信托财产的范围、种类、状况和管理方法等都在慈善信托文件中体现,这会使每项信托都可极具个性,受益人、范围、

程序、管理、财产种类等各种因素的组合,将是一个十分复杂的系统,远远高于现在以慈善组织规范项目、规定动作为主的项目执行难度。

再者,对现在捐赠形成的财产,慈善组织可以进行合法、安全、有效的原则保值增值,捐赠人并没有个性要求。而慈善信托财产委托人和受托人是可以约定收益的,这对于不善于投资理财的慈善组织无疑是新课题、风险题,又是不可跨越的现实题、竞赛题。

基于慈善信托的多角度、个性化、领域宽、专业杂的特点,慈善组织要想具有执行力、竞争力,除了熟练掌握有关法律法规,可能最首当其冲的是人才短板问题,而人才恰恰不可一蹴而就、召之即来。面对现实,慈善组织迎接慈善信托机遇的当务之急,就是迎接人才的挑战。凡事预则立,不预则废,慈善组织只有做好人才培训、储备,及时调整人才结构,才能在慈善信托大潮来临之时弄潮。