

传播是公益组织的责任

公益时评

“教育慈善”遇冷与爱心无关

“发出去 1000 多份邀请函,却没有一家企业或者个人肯回应我们。”日前,在接受《工人日报》记者采访时,贵州省教育厅下属的教育发展基金会负责人这样说。该基金会自 2011 年 6 月 30 日成立以来,遭遇“零捐助”,发出的千余封邀请函无一回应。基金会秘书长周忆江希望社会公众不要对公益慈善机构“一棒子打死”,多伸出援助之手。

1000 多份邀请函与零捐助,诉求与回馈之间竟然发生如此之大的反差,确实让人不是滋味。不过,劝募遇冷,似乎也没必要急着呼唤爱心,更不能简单地把“零捐助”归咎于负面事件的影响。毕竟,爱心捐助是一种相对比较复杂的社会互动,任何简单化的归因都失之草率。

社会公众为何没有积极回应贵州省教育发展基金会的劝募邀请?一种可能是基金会劝募方式的可接受性比较差,既简单,又粗放。还有一种可能则是公众对于时下慈善机构的运行依然缺乏信心。尽管贵州省教育发展基金会一再宣称,要实行“零提留管理,全透

明运行”,不过,仅仅口头上的保证并不能消释公众的担忧。在信息高度垄断、公开严重不足的情况下,社会公众还很难监督慈善机构的资金运行情况。

此外,发展贵州的教育事业,帮助需要帮助的孩子,也未必总是想着从企业和社会募捐。尽管来自民间的爱心确实可能不无裨益,但捐助并不能替代政府的教育投入。必须明确的是,在教育经费保障的问题上,政府才是第一责任人。教育资源的均衡、民众贫困的治理,政府责无旁贷。民间爱心的作用,不过是一种辅助性的救济。

总之,贵州省教育发展基金会不该坐等企业上门捐款,更不应该抱怨社会公众缺乏爱心,而是应该反思工作中的不足之处。从具体的项目做起,让社会公众感受到其改善、发展贵州教育事业的诚意。即便是其正在开展的教育系统爱心捐助活动,也应该尊重民众的意愿,要想办法让人家自觉自愿地捐款,而不是依然坚持以往的刻板模式。(胡印斌)

帮助公益组织自身壮大,做强。公益组织自身无法壮大、做强,何谈解决社会问题,缓解弱势群体的疾苦,增强弱势群体的自我发展能力,培育社会公众公民意识,促进公民社会发育,从而监督并推动政府实施善治?

更有一些公益机构,成立良久不为人知。因为从机构成立之初就没有把传播考虑进去,当然也存在中国的公益传播人才缺乏、资金不足所导致的传播滞后。但不能因为存在客观问题而忽略了传播的责任。在现在信息化、网络化如此发达时代,低成本高效的传播已经不是神话。不管是处在哪一阶段的公益组织都能找到适合自己的传播渠道,而这一切取决于公益组织自身是否重视传播的重要性以及传播过程中的执行力度。(卫庄)

阶段不管是倡导型或者运作型的公益组织都需要政府的认可,企业和公众的参与,三股力量凝聚在一起才能完成相对应的结果。而现阶段政府和企业的参与往往是在公众的推动下参与。所以公益组织需要更加大力有效的传播,让公众了解到你所倡导的目标,参与到公益项目中,只有借助公众的力量,才能做大、做强、做好。

然而,大多数公益组织在主动传播的意识或者传播方法上或多或少都存在缺陷。在传播意识上大部分站在自己团体或者机构品牌的角度上去考虑,而非从所代表的群体需求上做宣传。这样的宣传和传播总给公众一种“不接地气”的感觉。这种传播很难在社会上产生共鸣,得到公众的认可,引起政府和企业的关注。这样的传播也很难

小海星的时候,边捡边大声呼喊,让更多人和她一起参与捡海星,是不是会改变更多海星的命运呢?

当下,许多公益前辈都希望非营利公益组织能做大、做强、做好公益行业,形成政府、企业、第三部门三足鼎立之势。通过努力并有效解决社会问题,特别是缓解弱势群体的疾苦,增强弱势群体的自我发展能力,培育社会公众公民意识,促进公民社会发育,从而监督并推动政府实施善治。

如何达成这些愿景?事实证明不管是倡导型的公益组织还是运作型的公益组织,有效的传播是关键。虽然倡导型的公益组织的主要目的是捍卫和促进某一目标,而运作型的公益组织主要的目的是设计和实现与发展相关的项目。但是中国现

作为公益人和关心公益的人,大多数都听过《小女孩捡海星》的故事。故事说有个人沿着海滩欣赏落日时,看到远处的岸边有一个小女孩,不断地从水中捡起东西向大海抛掷出去。走近时,才发现那名小女孩是把被海水冲上岸边的海星一个个地丢回海中。小女孩解释说:“现在是退潮时分,如果不把这些海星丢回海中,它们就会因为缺氧而死在这里。”那人惊诧地再次提出心中的疑问:“这里的海岸线那么长,海滩上的海星多如恒河沙数,以你一个人的力量来做这事,并不能改变什么呀!”小女孩说道,“我知道我不可能救活所有的海星,但是我知道当我捡起一只海星并把它丢进海里的时候,我已经改变了它的命运了。”

试想,如果这个小女孩在捡



小小心意 爱心无限

日前,杭州市余杭区庙东社区红十字会组织开展爱心募捐活动,社区居民纷纷捐献秋冬衣物、鞋子、书籍、玩具等,活动募得 2270 元现金和众多物资。图为社区居民在捐款。周蓉 摄

打通商业和公益的链条

国庆长假期间,凭借“微博打拐”、“免费午餐”、“最美白血病患儿薛蛮子遭到刘仰、八分斋等人的“扒皮”。刘仰等指责薛蛮子在使用微博推动公益、募集基金时,往往将公益项目与自己投资的商业项目相勾连,有借慈善公益之名牟取个人利益之嫌。“打通公益与商业链条”成为薛蛮子的主要“罪状”。

国人对“公益”的诤癖与我国福利体系在历史上长期由政府公办有关。在公办福利体系下,民众期待政府的公益动机和目标是纯粹的,容不得私利。但随着市场改革的深化,商业企业越来越成为社会活动中的重要主体。各怀利益诉求的商业企业做慈善往往是要获得间接利益,如声誉和形象,这并不符合公众的传统预期。于是,就产生了“诤癖”。

如果一味排斥与公益和商业间的连通、合作,将减少中国公益事业可资利用的资源总量,同时减少对有益公益模式的探索。

其实,公益事业最重要的是在

结果上有利于提升或维护公众利益,在程序上注意合法性并排除商业活动可能带来的损害。只有在宽容多元公益动机的前提下,才能最大程度地聚集各方力量,做真正需要做的事情。

另一方面,市场中的商业企业也有塑造自己形象、提高自身声望的需求。通过企业承担社会责任、投入公益事业来满足这种需求,是企业和社会的“双赢”。

商业和公益的交流沟通是必然且必要的。今天我们要做的不是批判“打通商业和公益链条”的思路,而是探索联通二者的适当途径,进而规范商业与公益合作的具体方式和手段。在公益与商业的合作中,要特别注意界限问题:不能让商业活动危及非营利组织的独立性,削弱公益组织的宗旨和目标;不能对剩余的经费或利益进行再分配,反对利益私人化;在公益组织投资方面注意风险控制;同时也要注意不给商业企业带来不正当竞争。(程曼祺)

工作问答

1.什么是造血干细胞?
造血干细胞是所有造血细胞和免疫细胞的起源细胞,可分化成红细胞、白细胞、血小板,还能跨系分化成多种组织器官的细胞。它主要存在于骨髓,可以经血流迁移到外周血中,特别是注射动员剂后。它具有自我更新,不断复制、分化和归巢的潜能。

2.造血干细胞移植适用于哪些疾病?
造血系统恶性疾病(如白血病、淋巴瘤)、难治性血液病(如再生障碍性贫血、骨髓纤维化)、实体瘤,自身免疫性疾病等。

3.什么是非血缘造血干细胞移植?
造血干细胞来源于无血缘关系的移植,叫做非血缘造血干细胞移植。我国有近百万等待造血干细胞移植的患者,其中仅白血病患者每年新增 4 万例左右。我国由于独生子女越来越多,有血缘关系的人移植造血干细胞的可能性越来越小,非血缘造血干细胞移植成为今后造血干细胞移植的主要方式。

4.如何从外周血中采集造血干细胞?
体检合格后,捐献者应在采集医

院连续 4-6 天注射细胞动员剂,每天 1-2 次,第 5 天进行采集。采集是通过血细胞分离机将造血干细胞从血液中分离出来,而其余血液回输捐献者体内。一般采集 1-2 次,每次采集 50-200 毫升造血干细胞悬液。

5.怎么成为造血干细胞志愿捐献者?
您可与所在地红十字会联系,或在当地的捐血点报名。到指定地点抽取 6-8 毫升血液,经 HLA 分型检验,把相关资料录入中国造血干细胞捐献者资料库,这样您就可以成为造血干细胞志愿捐献者了。

6.填写“造血干细胞志愿捐献者同意书”应该注意什么?
准确详实地提供个人的资料,包括联络方式、住址、工作单位及电话、手机、电邮,以上内容发生变化时,要及时通知中国造血干细胞捐献者资料库。

7.造血干细胞志愿捐献者有哪些健康标准?
凡年龄在 18-55 周岁,身体健康,经血液检查合格(符合无偿献血条件),特别是曾经参加过献血者,即可捐献造血干细胞。

8.什么时候能够捐献?
您的分型数据与患者相合时,便可以做捐献准备了。但人类白细胞抗原的相合率是万分之一乃至数百万分之一,所以,等待捐献的时间可能很短,也可能要等若干年。(以上内容由浙江省造血干细胞捐献者资料库管理中心提供)

成功的非盈利组织所具有的几大基本要素

宗旨:对组织所做的任何事情都有明确的规定和控制,包括什么是需要做的,什么是不需要做的以及组织的责任、功能及服务。并且对他们组织的支持者、志愿者管理委员会及专家的资格都有相应的规定。

志愿者和专家:志愿者和专家构成一个组织重要的人力资源来源,它也是决定一个组织的定位以及组织能做什么的关键因素。一个好的组织只有在拥有大量优秀的、积极的、活跃的志愿者和专家时才能成为一个领域内的领先者。他们对专家和志愿者的任务及职责还有他们各自在组织的活动中所扮演的角色有不同的规定,而且十分清晰,所以他们能使这两个不同的群体在一起和谐地工作。这两个群体各自决定他们自己的政策,并进行自我管理,解决他们所面对的问题,有效地完成计划好的行动。自始至终,专家和志愿者之间都保持着良好的合作。志愿者团体要求有高水平的专家参与,而专家期望有才华的志愿者领导。正因为是人的因素决定了一个组织的质量与成功与否,所以一个领导型的组织最优先考虑的问题是如何留住他们最好的志愿者和专家。

筹资:一个成功的组织往往是采用全面的筹资策略,包括针对不同的资金来源渠道的不同筹资方式。随着组织的发展,他们将积累一笔比较稳固的资金。志愿者领导的能力和影响力,组织中的相互尊重、信任和自信的气氛以及他们所确立的捐献的标准是吸引慷慨捐赠者的关

键因素。他们有一批专家帮助他们做筹资的计划并获得这些资金。

组织的志愿者和职员对于不断出现的将影响到他们服务、筹资、管理的新的需求和机遇保持着高度敏感。他们所具有的不断回顾、评价活动的这种开放性和对环境变化的及时反应不是来自于他们的创造力,而是因为成功的组织所精心发展起来的理事会和委员会是由不同背景的人组成,正是他们不断地迫使组织对于本身及其所从事的活动进行评估。这使得组织能够对迅速变化的环境作出及时反应,同时更新他们的服务。

预算:筹资是由预算来决定的。预算详细列出了组织完成其即定目标,提供服务或改善其服务所需资金。预算是由组织的宗旨决定的,直接与组织的目标相关。指出了组织为达到其目标而选定的优先领域。

规划:预算又是由规划决定的,规划中对组织致力于满足的需求,想要达到的目标及优先领域进行了评估。规划需要考虑满足这些需求和达到既定目标需要什么样的过程,对未来成就的展望,组织所拥有的资源包括员工、志愿者、资金在实现这些目标上会有什么影响。非盈利组织在他们决定为一项从未尝试过的服务花钱之前通常会进行仔细的规划,尽量使成功的可能性最大,失败的可能性最小。预算与规划的关系是如此紧密,很多组织通常将他们的预算与规划合并到一个委员会,这个委员会通常包括主要的捐赠者和首席律师。

志愿者参与的广度与深度通常是一个组织广泛地参与计划的一部分。志愿者不是没有主见的人,他们对于组织的决策和行动有着深入的讨论。参与包括对组织的整个运营活动,包括确定宗旨、员工和志愿者的挽留计划、筹资、预算及规划,重要决策的制定等。

事实和分析:所有组织的运营活动,包括筹资、预算、规划、决策制定等都是由组织所掌握的事实决定的。这些事实需要组织开展研究或从别人处获得。一个有效率的组织的领导者需肯定组织的所有参与者具有一定的知识,在这个基础上形成他们的判断。

决策制定:商议时需要有一定的事实作为基础,但单有事实并不能作出决策,决策的制定还取决于个人的价值观和目标。在解决纷争,促成成员达成共识方面,领导者需认识到使志愿者和专家了解非盈利组织独有的特性及与政府企业的不同之处是非常关键的。在一些不怎么成功的组织中常常是由于这一点没有得到充分的理解。

决策的实施根植于他们是如何到达的。决策制定者的参与非常关键。如果他们感觉到这是他们的决策,是他们所拥有的,是他们的责任,他们将有动力去争取资金并实施。复杂的、相互冲突的事件通常在一个设计得很好的程序中可以得到较好地解决。决策的制定通常是一致的、统一的意见,对组织起到加强作用,而不是企图分割。

监督:对实施进行监督,以确保

决策被实施,同时及时获得有关实施的信息和缺点,适时加以改善,确保资金不会被浪费,努力不会白费。

除了项目实施中的监督,先进的组织还进行全面的评估。有时由内部的志愿者和专家进行评估,有时请外部的专家进行评估。除了对项目进行评估以外,组织还定期对其组织全面的运营情况进行评估。他们不会因为工作中有些因素无法衡量等困难而阻碍其评估工作,相反他们会发展出更合适的评估工具。他们促使组织不断重新定义和规划他们的服务和管理,指导他们提供服务的优先领域和变化及管理。

适时的交流:志愿者之间的交流,志愿者与专家,组织与媒体、支持者、捐赠者、公众的交流是一个领先的组织必须做的事情。这是他们的内部管理和公共关系的要求。交流使每一个人知道其他人在干什么以及对他们的工作将有什么影响。提交给捐赠者的报告使捐赠者了解资金的使用效果。有效的沟通使公众及媒体知道组织在做什么,提供什么服务,这些服务是如何影响到社区的需求以及提高人们的生活质量。沟通使得政府知道 NPO 所做的工作,以及这些工作与政府的责任等是相一致的。也提醒政府注意那些未被满足的需求。另外一个非常重要的交流手段是组织的支持者、捐赠者所提的问题、建议和考虑等。

此外,团队合作精神和高度的道德自律也是一个成功的非盈利组织必不可少的因素。