

[文章编号] 1009-3729(2014)02-0030-07

论互联网时代中国民间慈善组织 公信力的重构与功能释放

王自亮, 周婷婷

(浙江工商大学 公共管理学院, 浙江 杭州 310018)

[摘要]民间慈善组织作为慈善事业的重要组织者和参与者,在转型期的中国发挥着无可替代的作用,成为国家慈善事业的一大主体。然而,中国慈善组织总体公信力低下的现状也使民间慈善组织的发展困难重重。互联网时代的到来给我国民间慈善组织的发展带来了新契机。合理利用互联网,形成社会公众与民间慈善组织的良性互动,对于促进民间慈善组织的发展具有现实意义。为此,一方面应以社会公众为载体,通过加强网络营销、培养网络意见领袖、改变慈善文化“低位”现象,以推动慈善观念深入人心;另一方面应以民间慈善组织为载体,通过鼓励网络公共议程的形成,促进慈善信息的公开透明,以提升慈善活动的价值。

[关键词]民间慈善组织;公信力;网络公共议程

[中图分类号]C913.7;G210.7 **[文献标志码]**A **[DOI]**10.3969/j.issn.1009-3729.2014.02.006

社会转型往往蕴藏诸多矛盾,中国社会正处于转型期,各类风险相互交织,信任危机一触即发。在高风险社会中,慈善事业作为社会“稳定器”的作用越发凸显。慈善秉承自愿互助原则,不断激发人们实现自我价值的需要,集中社会闲散力量,帮助受灾群体。慈善不断致力于探寻消除贫困、实现社会协调发展的目标,是社会救济的重要补充,在弥补第一次生产分配和第二次税赋分配的缺陷与不足,以及缩小贫富差距、促进社会公平方面都发挥着重要作用。党和国家高度重视慈善事业的发展。中共十六届四中全会强调要健全社会保险、社会救助、社会福利和慈善事业相衔接的社会保障体系。中共十八大报告也明确提出要完善社会救助体系,支持发展慈善事业。

近年来,我国慈善事业虽有显著发展,但困境依旧重重。一些不和谐事件的发生正在不断地考验着慈善组织的公信力。2011年,中国红十字会爆发了“郭美美事件”“万元餐费”等一系列公益腐败事件。在庞大的互联网络推动下,慈善丑闻以迅雷不及掩耳之势发展成了全民关注的焦点。慈善组织,尤其

是官方慈善组织的公信力一度跌入谷底。在此背景下,大部分人都把呵护与期许的目光投向民间慈善,呼吁慈善归于民间。民间慈善组织作为中国慈善事业的新兴力量,是中国慈善事业的重要组成部分。与拥有政府支持的官方慈善组织相比,民间慈善组织的生存与发展更有赖于公众的支持和信赖。互联网时代的来临为民间慈善组织的发展提供了一个全新的平台。通过这个平台,民间慈善组织能够更加广泛地听取底层弱势群体的呼声,快速形成规范有效的救助体系,帮助解决民众的切实困难。民间慈善组织如何有效利用互联网络这一大众媒介,发挥其独特的草根优势就显得尤为重要。

一、文献综述与研究思路

1. 文献综述

公信力作为慈善组织的生命力所在,历来备受学者们的关注。学术界已经对慈善组织公信力问题进行了研究,分别从历史嬗变、中外对比、第三方评估、法学、财政学等视角进行了切入。徐莺^[1]基于政府管理模式转型的视角,分析了我国慈善组织信

[收稿日期] 2014-01-06

[作者简介] 王自亮(1958—),男,浙江省台州市人,浙江工商大学教授,主要研究方向:公共政策、基层民主。

任危机的表现、成因与应对之策,强调政府要由控制型管理模式向引导型管理模式转型;陈东利^[2]对慈善组织公信力低下的原因进行了分析,并针对慈善组织本身提出了提高公信力的有效对策;邓国胜^[3]构建了慈善组织培育与发展的思维政策模型,对比分析了国内4种慈善组织培育模式的局限及国际发展趋势,强调中国未来也应选择同一的培育模式;石国亮^[4]强调了第三方评估的重要性,在“3E”理论和“APC”理论基础上,结合慈善组织公信力的构成要件,设计了相对具有普适性的评估指南;王锐^[5]以财政学为切入点,分析了民间慈善组织财务管理的4大困境,并提出相应的完善财政激励机制的建议。另外,还有很多学者重视政府与慈善组织之间的关系研究,着重强调政府责任。田凯^[6]构建了一个研究中国慈善组织与政府关系的理论框架,从组织形式与运作的不一致现象入手,对中国慈善组织的生成机制和运作逻辑进行了理论上的说明;徐顽强^[7]则以资源依赖理论为切入点,从慈善组织对政府资源的索求依赖和政府选择慈善组织的选择依赖2个方面进行分析,构建了政府与慈善组织非对称共生关系的优化模型;兰花^[8]基于公民社会与国家关系、公民社会与社会福利及非营利组织的相关理论对慈善组织与政府的关系进行了研究。

通过对相关文献的整理,笔者发现以往研究存在着以下不足。

其一,以互联网时代为视角的民间慈善组织发展研究存在空白。笔者以“互联网”或“网络”为题名或关键词,同时以“民间慈善组织”为另一个题名或关键词,在维普期刊资源整合服务平台上,以“全部期刊”为搜索范围,未搜索到任何相关期刊文献;在中国知网上,以“中国博士学位论文全文数据库”和“中国优秀硕士学位论文全文数据库”为搜索范围,仅搜索到了5篇论文。

其二,以往研究往往集中在对慈善组织的整体研究,而针对民间慈善组织的专门研究较少。笔者在中国知网上,以“全部期刊”为搜索范围,以“慈善组织”为题名或关键词,可以搜索到789篇文章,但是以“民间慈善组织”为题名或关键词,却仅能搜索到38篇文章。

其三,慈善组织的分类界定不清,民间慈善组织概念模糊。李占乐等^[9-10]根据不同标准对慈善组织进行了分类,但均未清晰地凸显民间慈善组织的概念。也有观点认为,按照组织生成机制进行分类,目前我国慈善组织可以分为3类:一是自上而下的官办或由官方批准的慈善类组织,称为官办非营利组织,如中华慈善总会等;二是由外到内的国际性人

道主义组织,如红十字会等;三是自下而上社会力量发起的没有任何官方背景的慈善组织,称为草根组织。^[11]笔者在此观点基础上,依据中国实际情况,以是否为政府主导为分界点,将中国目前慈善组织分为两大类:一是自上而下由政府主导的官方慈善组织,如中国红十字会和中华慈善总会等;二是自下而上由公众自发形成的民间慈善组织,既包括在民政局登记的慈善组织如壹基金会等,也包括没有取得合法资格的草根性慈善组织,如灯塔计划等。在明确分类的基础上,笔者认为,民间慈善组织是指由民间主体发起,以社会成员间善心奉献与互助为特征,从事社会救助事业的非营利性社会组织。

2. 研究思路

现如今,中国慈善组织,尤其是官方慈善组织公信力不高已成为既定事实,且短期内难以回升。民间慈善是慈善事业的重要组成部分,其生存与发展必然会受到中国慈善事业总体公信力不高的影响。相较于官方慈善组织,民间慈善组织的生存与发展完全依赖于社会主体的捐助,社会公众的信任是其生死攸关的问题。因此,有必要以公众为出发点对我国慈善组织公信力低下的现状进行阐述。

互联网是一把“双刃剑”,它不仅是披露慈善丑闻的利器,也是慈善组织提升自身公信力的平台。网络“零门槛”的独特性为草根性浓厚的民间慈善组织的发展提供了很好契机。因此,民间慈善组织的未来发展有可能也有必要着眼于互联网资源,不断将其转化为自身发展的推动力。

民间慈善组织与社会公众有着天然的联系,民间慈善组织与公众之间形成良性互动,必将成为促进中国慈善事业进一步发展的关键。因此,有必要探讨如何以民间慈善组织和社会公众为主体,合理利用互联网络,从而提升民间慈善组织的公信力。

二、中国民间慈善组织面临的最大困境:总体公信力低下

国际著名咨询机构麦肯锡公司对中国公益事业做出的评价是:中国社会并不缺少善心,缺少的是对公益组织的信任。^[12]根据搜狐网有关“造成中国慈善事业落后的主要原因”的在线调查数据,在1460总票数中,认为“一部分有捐助能力的人没有尽到责任”的占11.78%,认为“缺少鼓励进行慈善事业的机制环境”的占17.12%,选择“其他”的占1.99%,而选择“中国慈善机构的公益性令人怀疑”的占62.26%。^[13]由此可见,中国慈善组织的公信力现状令人担忧。英国社会学家安东尼·吉登斯^[14]认为,主动信任必须得到强有力的对待和维系,从亲

密的私人关系到全球化的交互关系,主动信任在各种情境中都处于新式的社会团体的本源地位。公众的主动信任是民间慈善组织生存与发展的根基。因此,有必要以社会公众为主体,分析中国慈善组织总体公信力低下的具体表现及其导致的不良后果。

1. 中国慈善组织总体公信力低下的具体表现

其一,公众对慈善募捐的心理抵触。由于受中国传统历史文化的影 响,中国社会存在着差序格局,即社会关系是以自己为中心,逐个人推出去,是私人关系的增加,社会范围是由一根根私人联系所构成的网络。受这种攀关系、讲交情的社会关系格局影响,中国公众更倾向于小范围内的、通过朋友关系进行的慈善帮助,公众在善念产生之初就对慈善组织产生了心理上的抵触。中国青年报社会调查中心、腾讯新闻中心与新浪新闻中心三方合作进行的一项有关中国公众慈善意愿的调查显示,70.8%的人更愿意参与单位组织的慈善活动,54.7%的人愿意通过购买福利彩票支持慈善事业,28.6%的人曾通过捐献血液或骨髓的方式传递爱心,只有21.5%的人愿意通过基金会或公益组织进行捐款。此外,64.5%的人甚至表示相比通过慈善组织进行捐赠,他们更愿意自己寻找需要帮助的人。^[15]由此看来,在当今中国社会,人们更倾向于通过人际关系而非慈善组织这一平台进行慈善活动。

其二,公众对善款数额持有怀疑态度。2008年汶川地震期间,民政部报告称截至2008年5月19日13时,中国红十字总会共收到捐赠款物9.90亿元。但在同一天,中国红十字总会向外界公布,截至2008年5月19日11时,中国红十字总会共接收捐赠款物10.62亿元人民币。截止时间在前的数据竟比截止时间在后的数据多出7200万元,一时间,慈善组织善款数额的真实度备受网民质疑。社会公众对慈善组织运作流程和善款数额同样抱有怀疑态度。

其三,善款使用效率低下。目前,中国尚缺乏独立的第三方机构对慈善组织的资金使用率及效果进行有效评估,而公众又难以担此重任,致使慈善组织的资金使用偏离组织使命的情况时有发生。2009年,“大肚女孩”苏田田的母亲在女儿辞世35天后才收到爱心人士通过当地红十字会所捐赠的善款,如此低的善款使用效率不免让本就对慈善组织资金运作流程持有怀疑态度的社会公众更加寒心。类似的案例比比皆是,这就在不知不觉中降低了慈善组织在公众心目中的信任度。

其四,慈善活动中违法犯罪事件频繁发生。慈善组织成立的初衷是为弱势群体提供必要的帮助,但其运作效率低、决策不公开透明、管理者渎职等因

素为一些人提供了以权谋私的条件。由于缺乏有效的监管,慈善组织似乎成为了孕育违法犯罪事件的温床,挪用善款、诈取善款等事件频发不止。2009年,中国青年报报道了宁波抗癌健康基金会(民间慈善组织)扣留善款,拿取比例的事件。^[16]2010年12月,四川渠县组建残疾人自强队,将残疾人输入外地务工,共谋得300余万元人民币。^[17]2011年4月,上海市卢湾区红十字会在与相关企业协会商洽工作的公务活动中一顿饭就消费9859元。^[18]几乎在同一时间,南京慈善总会副会长潘锴红打着“爱心计划”的旗号,通过会费、高息等形式引诱顾客投资,共涉及424名受害人,涉案金额高达5168.8万人民币。^[19]在慈善事业亟待发展的大背景下,类似事件接连发生,致使公众对慈善组织的信任度大大降低。

2. 中国慈善组织总体公信力低下的不良后果

捐赠与慈善组织的社会公信力有着高度的正相关关系,捐赠者基于对慈善组织运作能力和诚信的信任将自己的财富转交给慈善组织,慈善组织的社会公信力越高,获得社会公众高捐赠率的可能性也就越大。中国慈善组织公信力低下所带来的最直接的影响就是社会捐赠总额的下降。根据2007—2012年《中国慈善发展报告》整理数据(见图1),可以发现,受四川汶川地震和青海玉树地震的影响,2008年和2010年中国社会捐赠总额均突破1000亿元。然而,2011年爆发的“郭美美事件”等慈善丑闻严重打击了社会公众的捐赠热情,中国社会捐赠总额明显下降。2011年中国社会慈善捐赠总额达845亿元,与2010年相比同比下降18.12%。受经济下行、2011年“问责风暴”和税收政策的影响,2012年我国社会慈善捐赠总额约为700亿元,与2011年捐赠总量845亿元相比,下降约17%左右。尤其需要指出的是,对于民间慈善组织而言,其生存和发展的资金完全依托于社会捐助主体,资金捐助者的志愿性与公益性心理是关键因素。中国慈善组织整体公信力低下的现状势必会打击社会公众的捐赠意愿,严重阻碍民间慈善组织的发展。

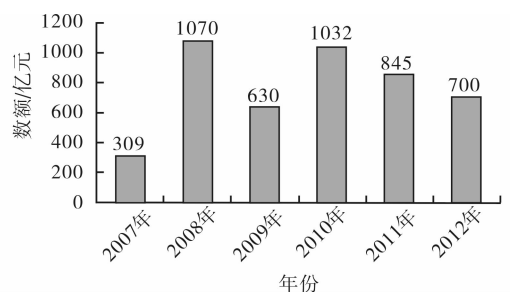


图1 2007—2012年中国社会慈善捐赠总额

三、中国民间慈善组织未来发展的新契机:互联网时代

与政府财政支持、发展相对成熟的官方慈善组织相比,民间慈善组织在人力、物力、财力等方面都存在着先天不足,尤其是在财力方面,缺乏长期稳定的资金保障。民间慈善组织生存和发展的资金完全依托于社会捐助主体,故进行广泛的社会动员必不可少。而广播、报纸、电视等传统媒体门槛普遍较高,成本较大,民间慈善组织几乎难以借此进行慈善动员和形象塑造。相比之下,互联网极低的甚至是零代价和零成本的优势恰好缓解了这一困难。此外,由于近年来慈善丑闻的频繁爆发,公众的慈善热情倍受打击,慈善组织的公信力岌岌可危。在此现状下,对于民间慈善组织而言,有效的社会动员就显得尤为重要。宣传动员可以说是民间慈善组织开展活动最为关键的一步,互联网为民间慈善组织进行慈善信息的发布和传播提供了良好的平台。慈善讯息一经网民转载传播,必然会引起社会的广泛关注,在不知不觉中便形成了一股强有力的社会力量。可以说,互联网时代的到来为我国民间慈善组织的发展带来了新契机,其主要表现为以下3方面。

1. 网民数量逐年递增,为民间慈善组织奠定了庞大的受众基础

我国互联网起步虽晚,但发展较快,网民数量增势迅猛,已从2005年的1.11亿人增至2011年的4.85亿人,我国网民总数位居世界第一。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)2013年6月30日发布的最新数据,我国网民规模已达5.91亿人,互联网普及率为44.1%,短短半年新增网民2656万人;中国网站数量为294万个,半年增长26万个,增长率为9.6%。2013年上半年,我国人均每周上网时间长达21.7小时,人均每天上网3.1小时。^[20]如此庞大的网民数量,为民间慈善组织利用互联网进行社会动员奠定了良好的受众基础。此外,民间慈善组织产生于民间,依靠的是社会公众的力量,具有明显的草根性。而互联网则因其独特的低成本运行和高效能传播效率能够吸引一大批草根阶层。在这一点上,两者具有内在契合性。民间慈善组织可以发挥其天然的草根优势,广泛号召网络草根阶层,整合社会闲散资源,以帮助受困群众。

2. 互联网使社会关系网络不断拓展,便于民间慈善组织开展社会动员

美国社会学家马克·格兰诺维特^[21]于1978年提出了“弱关系理论”,认为人际关系网可以分为强关系网络和弱关系网络两种。强关系是指个人的社

会网络同质性较强,即交往的人群所从事的工作、掌握的信息是趋同的,人与人之间的关系紧密;而弱关系则是指个人社会网络异质性较强,即交往面广,交往对象可能来自各行各业,获得的信息也是多方面的,人与人之间的关系并不密切。马克·格兰诺维特强调,弱关系才是与一个人的工作和生活最紧密联系的社会关系,正是层层叠加的弱关系将世界上原本毫不相关的人联系到了一起。就像六度分割理论所阐述的那样,通过6个人就可以认识世界上任何一个陌生人。互联网可以说是为弱关系理论的实现提供了极好的传播沟通平台,使得人际交往跨越了时间、空间、地域、宗族等的限制。这对于完全依托社会力量生存和发展、以社会动员为使命的民间慈善组织来说,意义非凡。民间慈善组织可以通过互联网,建立和维系属于自己的较大规模的社会关系网络,进而开展广泛而有效的社会动员。

3. 网络社会已然成型,利于及时有效的信息传递

美国学者曼纽尔·卡斯特^[22]曾在《网络社会的崛起》一书中这样说明网络社会:作为一种历史趋势,信息时代的支配性功能与过程日益以网络组织起来,网络建构了新的社会形态,而网络化逻辑的扩散实质性地改变了生产、经验、权利与文化过程中的操作和结果。由此可以看出,信息传递是网络社会的一大功能,并对人们的生产、生活产生极大影响。在网络社会中,新闻消息传播的主体从以前集中的、确定的组织或个体变成了不确定的、分散的组织或个体。普通公众不再是被动的受传者角色,而是主动的传播者,提供信息和分享信息。在这种自主化的传播形式中,个人成为信息的筛选者和提供者,个体话语权得到实现。通过微博、博客、社区、论坛等新兴网络媒介,人人都可以关注信息,人人都都可以分享信息。这为民间慈善组织进行广泛有效的低成本信息传递提供了机遇。民间慈善组织可以利用网络新媒介及时发布慈善信息,并通过网络草根阶层达到迅速扩散的效果,从而引起社会公众的广泛关注。

四、互联网时代推进中国民间慈善组织发展的对策

2004年,美国人克里斯·安德森^[23]提出著名的“长尾理论”,阐述了小众市场显露的种种商机,认为所有非主流市场累加起来就会形成一个比主流市场还大的市场,这些少量需求会在需求曲线上面形成一条长长的尾巴,从而实现小众的极大数量。民间慈善组织这个社会资源一直分布在社会事业的

“长尾”部分,难以得到有效开发。借助网络匿名性、及时性、互动性、灵活性、无限性等特征,公众参与公益慈善更加快捷便利,势必形成一股强大的社会力量,推动我国慈善事业向前发展。互联网作为公益慈善的新型载体,将不断得到社会肯定。友成企业家扶贫基金会秘书长甘东宇表示:“网络本身就是公益,不需要太多的钱,发出声音也是公益的方式,自下而上,随手可以做,通过微博、手机终端等推动公益。”^[24]民间慈善组织产生于民间,并依附民间力量进行运作。因此,以社会公众和民间慈善组织为载体,合理利用互联网,形成双方良性互动,对于促进民间慈善组织的发展具有现实意义。

1. 以社会公众为载体,推动慈善观念深入人心

一要加强网络营销,尤其是网络形象营销。根据中国互联网网络营销第一人冯英健的定义,所谓网络营销是指组织整体营销战略的一个组成部分,是为实现组织总体经营目标所进行的,以互联网为基本手段营造网上经营环境的各种活动。^[25]民间慈善组织不同于一般企业,其网络营销的对象并非单一产品,而是一系列慈善活动的总和。从这个意义上来说,民间慈善组织的网络营销更多的是形象营销,而非产品营销。这就要求建立一个以网站为主体,以博客、微博、QQ群、论坛等一系列新媒介为传播方式的完整网络体系,以达到向受众全方位传递慈善信息的效果。为此,应利用合法的网站向外界发布最及时、最权威的组织信息;用博客集合组织成员,增强凝聚力;用微博发布最新消息,扩大知名度;用QQ群探讨工作,聚集组织力量;用论坛发布活动资讯,提供交流平台。《2012年中国慈善透明报告》指出,与2011年公众关注财务信息相比,2012年关注的焦点转向了组织的业务信息。^[26]互联网平台的时效性以及各类网络新媒介的便捷性都为民间慈善组织及时有效地发布慈善信息提供了可能。完整的慈善网络营销体系不仅满足了公众对慈善信息的需求,更是扩大了慈善的社会影响力,从而在公众心中树立了良好的形象,提升了民间慈善组织的社会公信力。

二要重视网络意见领袖的培养。“沉默的螺旋”理论认为大多数人都力图避免孤立状态,一旦发现自己的意见与主流意见不一致,就会沉默下去,继而产生从众心理。这就开始了一方表述、另一方沉默的螺旋过程。民间慈善组织中不断涌现的网络意见领袖则是反向利用“沉默的螺旋”,并通过互联网强化这种螺旋状态。他们大胆发表慈善主张、发起慈善活动,从而吸引善心人士广泛讨论和参与,逐渐成为主流声音。从近年来网上有名的公益事件中

可以发现,发起人一般都拥有较多的媒体资源,并且拥有一定的社会影响力和公信力。例如发起“随手拍照解救乞讨儿童”活动的于建嵘教授,发起为“药家鑫案”受害人张妙家人捐款的傅蔚冈,以及“爱心午餐”的发起人邓飞等人,都在事件中处于意见领袖地位。他们都具有较高的媒介素养,善于利用媒体资源,深谙新媒体的传播特性。意见领袖在获得信息之后,通过自己的加工,然后传播出去,引起社会关注,最后影响公众对信息的反应和行动力。在新媒体公益慈善活动中,意见领袖有着特殊的作用,他们能够诱发公益话题的形成、维持公益话题的存在、促使公众投入到公益行动。“以人为镜,可以明得失”(《旧唐书·魏徵传》),榜样不仅是一面镜子,也是一面旗帜。互联网时代中的慈善意见领袖就是引领社会慈善道德风尚的指向标,必将发挥巨大的榜样作用。

三要改变慈善文化“低位”的现象。郑功成^[27]曾指出,早在1990年代中期,美国非营利机构掌握的资源就高达6000多亿美元,相当于美国GDP的8%~9%,其中2000多亿美元来自个人捐献,相当于美国GDP的2%~3%。而在中国,2008年因汶川地震所达到的社会捐献高峰为1000亿人民币,只相当于当年我国GDP的0.03%,其中包括大量的国企捐款、特殊党费与海外捐款,而真正属于国内个人自愿捐献的善款并不多。由此可以看出,慈善意识并未成为中国社会的主流意识,慈善文化“低位”现象十分严重。慈善文化属于社会意识范畴,社会整体道德素养的提升对于民间慈善组织乃至整个社会的公信力的提升将产生积极作用。慈善存在着“马太效应”,即当善念成为社会的普适价值观时,就会产生一种积累优势,会有更多的机会取得慈善事业的进步。而互联网的出现更是为这种社会资源的积累提供了极佳平台。政府可以利用互联网平台树立慈善典型,报道和表彰表现突出的慈善活动及相关人员,使得慈善观念通过社会化的过程,深入公众心中,成为普适价值观。公众把慈善当做个人的义务,这是一个社会的慈善文化被个人内化的结果,这种内化应是一种柔性的过程,而不应是一个强制性的过程。从美德到义务,再由义务到本能,如此才能使慈善变成一种平常行为。^[28]

2. 以民间慈善组织为载体,提升慈善活动的价值

一要鼓励网络公共议程的形成。王绍光^[29]将公共政策议程简化为3类:传媒议程、公共议程和政策议程。所谓传媒议程,是指大众传媒频频报道和讨论的问题;所谓公共议程,是指引起社会大众广泛

关注的问题;所谓政策议程,是指决策者认为至关重要的问题。这3种议程的设置可能是相互关联的。互联网的普及和应用强化了这种关联度,淡化了3种议程设置相互之间的界限。受众也可以把握机会,通过互联网和其他方法建立他们自己的一系列议程。^[30]人们通过网络媒介,模拟现实环境构筑巨大的虚拟环境,并最大化地将其当作现实环境而付诸实际行动,进而影响政府作出符合公共利益的决策。这一社会现象就是“托马斯公理”揭示的真相——如果人将某状况作为现实把握,那状况作为结果就是现实。笔者认为,网络公共议程设置就是指公众通过互联网媒介,将引起社会公众广泛关注的一系列问题上升为政府意志的过程。民间慈善组织的活动可以有效推动政府公共政策的形成。“免费午餐”项目是以网络新媒体为依托的草根公益,而这个慈善项目却在半年内就影响到了中国的公共政策。2011年10月26日,国务院正式决定启动实施农村义务教育学生营养改善计划:中央每年预计拨款160多亿元,按照每生每天3元的标准为农村义务教育阶段贫困学生提供营养膳食补助,估计惠及680个县市,约2600万在校学生。从“免费午餐”到农村义务教育学生营养改善计划,可以说是网络公共议程形成并上升为政府政策议程的过程。诸如此类的事例还有很多,如针对上访妈妈唐慧被关押劳教掀起的微博救援行动,引发了废除劳教制度的网络大讨论,直接推动了废除劳教制度的立法进程。再如,四川、安徽、浙江等地不约而同地爆发了居民的网络抗争,并最终推动当地政府部门取消了有环境污染的招商引资项目。由此可见,网络公共议程正在形成,并逐渐成为影响公共环境和公共政策的新兴力量。

二要促进慈善信息的公开透明。《2013年度中国慈善透明报告》^[31]显示,2013年我国公益慈善组织透明度相比2012年有所改善,但行业整体透明度不容乐观。数据显示,2013年度我国慈善透明指数为43.11(总分为100)。在1000家公益慈善组织监测样本中,年度透明指数60分以下的组织有704家,占样本总量的79.4%。英国著名社会学家安东尼·吉登斯认为,“在人为不确定的情况下,这里有争议时产生积极信任的问题——对别人或机构的信任,必须积极地创造和建立。……积极信任要求增加社会关系的‘透明度’,但也积极地提高这种透明度”^[32]。也就是说,民间慈善组织想要获得积极或主动的信任,就必须通过积极或主动的争取才能得到,也必须积极或主动地加以维系。公开透明是公众对慈善组织的基本要求,美国卡耐基基金会前主

席卢塞尔曾说过:慈善事业要有玻璃做的口袋。互联网时代的到来恰好为公开慈善活动流程和资金流向提供了一个“玻璃做的口袋”。在网络上时刻更新活动进程,关注善款流向,可以让广大网民对民间慈善组织的工作进行监督。青海格桑花教育救助会是一个发展比较完善的民间慈善组织,拥有完善的助学管理制度和 workflows。善款与物资的发放,都统一在格桑花西部助学网上发布,且领款表上必须有受助者家长、受助者、老师、助学义工或当地联系人签字以及学校盖章。此外,在孩子较集中的地区由义工实地监督助学金发放;对于孩子较分散的地区,义工实地抽查核实助学金的发放情况,同时在有条件的助学点召集家长大会,让家长了解运作方式和举报途径。捐助人可以用各种方式对助学金和捐助物资发放情况进行核查。这样,在尊重广大公众知情权和监督权的基础上,该救助会不仅形成了良性运行机制,而且提升了自身的公信力。

五、结语

近年来,随着经济社会的飞速发展,我国的社会矛盾日趋复杂,各种人为灾难和技术灾难时有发生。同时,地震、雪灾、台风等自然灾害的频繁发生也造成了严重的人员及财产损失。慈善组织的工作愈显重要。民间慈善组织是中国慈善事业的重要组成部分,它产生于民间并依附于民间力量进行运作,具有天然的草根性,拥有官办慈善组织难以具备的独特优势。随着政府职能的转变、管理机制和运作机制的深入改革,民间慈善组织将获得享有更多社会资源和参与公共管理的机会。然而,在慈善组织整体公信力低下的大背景下,民间慈善组织的发展可谓是困难重重。不仅存在着规模小、资金缺、组织发展欠规范、组织营销能力低下等内部问题,还面临着注册难、获取资源难、合法性等外部问题。

互联网时代的到来为民间慈善组织的发展提供了一个全新的契机。但是,我们也要清醒地认识到,互联网是一把“双刃剑”,机遇中蕴藏着种种挑战。它在推动慈善观念深入人心的同时也能让慈善丑闻一夜之间人尽皆知,在提升慈善活动价值的同时也不得不接受来自社会各界的监督与评估。中国正处于社会转型期,公民社会尚不完善。民间慈善组织的发展,不仅依靠其自身管理体制的优化,也依赖于政府的理性引导与大力支持。笔者认为,政府当务之急应从以下4方面着手:其一是降低民间慈善组织注册门槛,冲破双重管理体制的尴尬,解决其合法身份问题;其二是加大资金支持,要以完善税收政策为主、直接资金补贴为辅;三是引导建立慈善组织第

三方评估机构,实现有效监督;四是加快慈善立法步伐,确保民间慈善活动有法可依。

[参 考 文 献]

- [1] 徐莺. 慈善组织信任危机的表现、成因及应对——基于政府管理模式转型的视角[J]. 广西社会科学, 2013(3):114.
- [2] 陈东利. 论中国慈善组织的公信力危机及路径选择[J]. 河北师范大学学报:哲学社会科学版, 2012(1):23.
- [3] 邓国胜. 慈善组织培育与发展的政策思考[J]. 社会科学, 2006(5):119.
- [4] 石国亮. 慈善组织公信力重塑过程中第三方评估机制研究[J]. 中国行政管理, 2012(9):64.
- [5] 王锐. 慈善捐赠的财税激励政策缺陷研究[J]. 审计与经济研究, 2009(3):97.
- [6] 田凯. 非协调约束与组织运作——一个研究中国慈善组织与政府关系的理论框架[J]. 中国行政管理, 2004(5):88.
- [7] 徐顽强. 资源依赖视域下政府与慈善组织关系研究[J]. 华中师范大学学报:人文社会科学版, 2012(3):14.
- [8] 兰花. 论我国政府与慈善组织的互动关系[J]. 理论与现代化, 2007(6):101.
- [9] 李占乐. 慈善组织公信力建设中的政府职能探析[J]. 长白学刊, 2012(3):54.
- [10] 孙亚锋. 利益相关者视角的民间慈善组织治理机制分析[J]. 北方经贸, 2012(10):110.
- [11] 中国青少年发展基金会, 基金会发展研究委员会. 处于十字路口的中国社团——中国第三部门研究年鉴2000年[M]. 天津:天津人民出版社, 2001:22-24.
- [12] 中国经济网. 麦肯锡公司认为“公益组织要提高公信力”[EB/OL]. (2007-11-30)[2013-12-27]. http://finance.ce.cn/dissertation/macro/hzdh/zjsd/200711/30/t20071130_12729945.shtml.
- [13] 河南慈善网. 关于提高慈善公信力的几点思考[EB/OL]. (2011-11-25)[2013-12-27]. http://www.henancishan.org/knowledge_list_content.aspx?id=134.
- [14] [德] 乌尔里希·贝克, [英] 安东尼·吉登斯, [英] 斯科特·拉什. 自反性现代化——现代社会秩序中的政治、传统与美学[M]. 赵文书, 译. 北京:商务印书馆, 2001:237.
- [15] 网易新闻. 慈善中国:不缺爱心但缺信任[EB/OL]. (2007-01-22)[2013-12-27]. <http://news.163.com/07/0122/06/35E20QHJ000120GU.html>.
- [16] 新浪网. 宁波一家民间慈善组织被指扣留善款[EB/OL]. (2009-07-22)[2013-12-27]. <http://news.sina.com.cn/c/sd/2009-07-22/050618269790.shtml>.
- [17] 网易新闻. 四川渠县残疾人自强队调查[EB/OL]. (2010-12-24)[2013-12-27]. http://focus.news.163.com/10/1224/14/60M600JU00011SM9_2.html.
- [18] 南京日报. 上海卢湾红十字会一顿饭花费近万元[N]. 南京日报, 2011-4-17(A4).
- [19] 网易新闻. 南京慈善总会副会长涉嫌借捐款非法吸储5千万[EB/OL]. (2011-05-06)[2013-12-27]. <http://news.163.com/11/0506/15/73CMUH0500014JB5.html>.
- [20] CNNIC 中国互联网络信息中心. 第32次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. (2013-07-17)[2013-12-27]. http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/hlwjtjbg/201307/t20130717_40664.htm.
- [21] Mark Granovetter. The strength of weak ties [J]. The American Journal of Sociology, 1973(6):1360.
- [22] [美] 曼纽尔·卡斯特. 网络社会的崛起[M]. 夏铸九, 译. 北京:社会科学文献出版社, 2000.
- [23] [美] 克里斯·安德森. 长尾理论[M]. 乔江涛, 译. 北京:中信出版社, 2006:1.
- [24] 比特币网. 互联网促进慈善公益走向平民时代[EB/OL]. (2011-03-01)[2013-12-27]. <http://net.chinabyte.com/292/11837792.Shtml>.
- [25] 冯英健. 网络营销基础与实践[M]. 3版. 北京:清华大学出版社, 2007:11.
- [26] 中国公益慈善网. 刘佑平在2012慈善透明报告发布会上的发言(全文)[EB/OL]. (2013-01-06)[2013-12-27]. <http://www.charity.gov.cn/fsm/sites/diaphanous2012/preview1.jsp?ColumnID=841&TID=20130106105532770982588>.
- [27] 郑功成, 张奇林, 许飞琼. 中华慈善事业[M]. 广州:广东经济出版社, 1999.
- [28] 顾骏. 慈善文化现代化“门槛”[J]. 人民论坛, 2006(9):36.
- [29] 王绍光. 中国公共政策议程设置的模式[J]. 中国社会科学, 2006(5):86.
- [30] [美] 唐纳德·肖. 议程设置理论与后大众时代的民意研究[J]. 国际新闻界, 2004(4):5.
- [31] 中国经济网. 2013年度中国慈善透明报告[EB/OL]. (2013-09-24)[2013-12-27]. http://gongyi.ce.cn/xwrw/redianxinwen/201309/24/t20130924_1111116.shtml.
- [32] [英] 安东尼·吉登斯. 超越左与右——激进政治的未来[M]. 李惠斌, 译. 北京:社会科学文献出版社, 2000:96-97.