

北京公益的春天



张映宇/文

公益慈善人士

让慈善成为一种时尚

随着我国经济和社会的快速发展,全民慈善的时代已经悄然来临。当我们还在高谈阔论博爱的普世价值时,我们已经在行动上落伍于时代。只有当慈善从一种文化衍化成一种时尚时,慈善才能真正地从精英走向大众。

只有让慈善成为一种时尚,才能更好地引领民众的主流。尽管慈善常常为精英所特有,但慈善在本质上更应植根于大众。只有当慈善融入当前的主流意识形态,成为构建社会主义和谐社会的一个因子时,慈善才能走近时尚,才能引领民众。让慈善成为一种时尚,就是要对慈善有这样一个解读:慈善追求的并不是大灾大难中的突发捐赠,而要成为社会生活中的一种常态;慈善既是每个人力所能及的事,也是每个人应该关注支持的事;慈善就在民众的平常生活之中,慈善就在大家的举手投足之间。

只有让慈善成为一种时尚,才能更好地打造社会的脊梁。慈善事业是推动社会发展的一个重要动力,它所从事的是市场做不到、政府难以做的工作,它是对政府行为和市场行为的有益

补充。如果说以税收为主的再分配是政府弥补市场初次分配的不足,那么作为第三次分配的慈善事业则是以社会捐赠的形式来弥补政府再分配的不足。慈善事业的社会捐赠主要来源于爱心人士、企业和机构的爱心捐赠,这些爱心力量都是推动社会发展的坚强后盾。只有让慈善成为一种时尚,让慈善深入人心,才能更好地动员起广泛的爱心人士,激发起众多的慈善义举,来壮大慈善的爱心力量,打造社会的慈善脊梁。

只有让慈善成为一种时尚,才能更好地成就平民的梦想。泰山不让土壤,故能成其大;河海不择细流,故能就其深。慈善需要众人的参与,慈善需要社会的支持。只有当慈善成为一种时尚,才能更好地汇聚爱心,滴水成渊,才能让绝望的人心燃起希望,让贫困的人群放飞梦想。

让慈善成为一种时尚,需要你我他的关注和行动。让我们每个人都行动起来,积极参与慈善北京的建设,“慈善”必将成为首都民众生活中的一种时尚,“你慈善了吗”这一问候也必将成为人们争相提及的口语。



崔子研/文

资深公益从业者

人们都在说,国务院《关于促进慈善事业发展的指导意见》的出台预示着公益慈善春天的到来。其实公益慈善春天的到来也必须依赖于墒情的适度,才能耕耘出丰硕的成果,光山秃岭无论如何也找不到春天的繁茂。但最近观察到北京青少年发展基金会对其工作的认识基础和工作基础,甚是欣喜。

解决物资短板。前一期笔者曾就公益物流问题写过“物资捐赠缘何阻滞”的文章,就公益物流问题进行探讨。最近,北京市开展的“温暖衣冬”活动可谓为这方面带来了开创性的进展。首先,活动倡导了物资在公益当中的作用。由于慈善资金的有限性,其对贫困人群简直是杯水车薪,慈善资金和需求不成比例。为此,为富者深受诟病,为贫者痛苦呻吟,慈善公益的矛盾难以解决。其次,由于物资拥有的不平衡性和信息的不对称性,多余的物资没

有去处,缺乏的物资没有来处,实际上就是以多补少问题。“温暖衣冬”恰恰在解决这样的问题。事不以小而不为,情不以薄而不表。北京青基会所为,不仅是一件棉衣或一丝温暖,而是一种探索、一种模式、一种引领。

网络化是未来。随着社会的发展,各类组织都离不开信息网络和组织网络,二者不可偏废。到目前为止,人人都说公益市场化,但是公益网络化是市场化的前提之一。北京青基会通过“温暖衣冬”建立了大学、社区、基层团组织等各类型公益工作站,同时也建立了信息网络管理系统,信息网络和组织网络同时有效推进,使活动的科学性、操作性、持续性等大大提高。磨合过程中会存在诸多困难,但就其将公益网络化,促进社会化、基层化、碎片化等特点而言,还是具有积极的创新意义的,值得学习和研究。当然,积极调动大学生参与公益慈善实践,意义也极为深

远,另题专论。

联合是趋势。北京青基会还发起了“聚善同行——北京青少年慈善联合劝募平台”建设研讨会,因应公益市场化大局,共同协商联合发展之路,这是一个具有时代发展意义的举措。公益市场化大概是2014年公益慈善界出现频率最高最时髦的一个词汇。尽管众说纷纭,莫衷一是,但市场化大的方向是肯定的。然而,现在人们所提的市场化基本包含三个层面,一是运作手段的市场化和去行政化;二是同业之间的市场化和竞争化;三是公益组织内部的市场化和绩效化。但从这几个层面看,反映不出来整个公益慈善界同整个社会市场化之间的关系。其实,公益慈善界在社会资源的占有中也同其他行业在资源占有中进行竞争。如不能整体有效挖掘社会总的财富资源,公益慈善界所占份额不会越来越多,而会越来越来少。在这种情况下,公益慈善界的联合就十分必要。通过联合,研讨公益慈善政策,创新公益慈善理念,梳理公益慈善资源,协调行业内部有效分工,发现社会需求需要,发挥行业组织各自优势,建立行业自律和规则,打造共同公益慈善品牌,实现资源信息共享,共同培养公益慈善人才。这样的联合是大局、是理念、是趋势。北京青基会发理性先声,做实践先锋,可喜可赞。

外来务工子弟
“开拓音乐新世界”

恒生银行(中国)有限公司(以下简称“恒生中国”)近日在其总部所在地上海陆家嘴恒生银行大厦举行“开拓音乐新世界”年终汇演活动,48名接受过敲击乐公益培训的外来务工子弟,用精彩的表演向金融城的白领们展示了自己的音乐才能。

“开拓音乐新世界”项目为恒生中国持续拓展的系列公益项目之一,旨在向外来务工子弟提供系统的敲击乐培训,为其开展音乐艺术启蒙教育。自2010年启动以来,“开拓音乐新世界”之“敲击乐教育公益行”项目已持续5年为上海7所外来务工子弟学校学生提供了4阶段的敲击乐专业培训。900余名学生从零基础起步,最终实现面向公众表演的艺术跨越。本次参加汇演的学生来自上海5所外来务工子弟学校,他们先于本校通过恒生中国捐赠的敲击乐器完成了两期的基础培训,之后以优秀学生身份在专业敲击乐培训机构学习第三和第四期敲击乐课程。

恒生中国副行长兼北区主管兼上海分行行长叶世荣来到现场观看学生表演,并为学

发结业证书和纪念品。汇演活动合办方上海森茂国际房地产有限公司,为同样长期致力于公益事业的本森大厦集团旗下企业,除为本次演出提供场地和后勤支持外,森大厦(上海)有限公司副总经理叶一成还特地到场向参与汇演的学生送上纪念品。

恒生中国副董事长兼行长林伟中表示:“今年是‘开拓音乐新世界’项目连续第二年在恒生银行大厦举行公开演出,去年我们在这里见证了16名学生顺利结业,我很高兴看到越来越多学生参与敲击乐培训,收获音乐乐趣,变得乐观自信。音乐是美好的事物,我们希望通过音乐给孩子们更多关怀和温暖,帮助他们开启心智,快乐前行,更好地融入社会。”

林伟中说:“‘开拓音乐新世界’项目是恒生中国四大公益主题之一,它与阅读教育、慈善筹款和社区服务共同构成恒生中国的公益平台。‘恒生’寓意着永恒生长,我们长期以来坚持以点滴之爱回馈社会,关注儿童素质教育,并且通过资金投入和号召员工志愿服务积极回馈社会。”

(徐辉)

“索尼探梦”邀您欢享科学寒假

位于北京朝阳公园内的“索尼探梦”科技馆于近日推出全新特别主题展——“声光探险队”。

在声光技术飞速发展,电子产品和零部件普遍实现小型化、高效化的今天,各种各样的电子设备早已成为了我们生活的重要部分。该展将AR(增强现实)技术与科学实验展品完美结合,带领大家聚焦数码相机、耳机等电子设备的内部,用前所未有的炫酷方式一探最新声光科技的奥秘;同时,为了让

孩子们更好地理解声光原理,索尼探梦还将配合展出声光基础原理的展品和实验。

进入光影展区,在展品“光影隧道”,通过观察光的路径,以及通过身后的平板电脑,利用Smart AR观察数码相机的内容结构,观察者能完全了解现在我们使用的数码相机的成像原理和最新技术构成;在AR Action Scope区域,参观者只需在电视屏幕前开合双手,就能翻转、放大、打开屏幕中的数码相机及摄像机,观测其内部结

构;在声音区域,参观者将全面了解降噪耳机的工作原理,发现音响是如何通过声音线圈、磁性流体悬浮等部件及技术是让声音更加平顺动听的。

带领孩子前来参观的家长表示:“在‘索尼探梦’,通过轻松、有趣又充满互动的体验,让孩子们在玩的过程中,就体验到了前沿科技,激发了孩子对科学的兴趣和想象空间。作为家长,与孩子一起体验,也非常开心、享受,同样感受到了独特的科学乐趣。” (刘奇)

芒果牵手京东关注留守儿童

近日,“芒果南瓜亲子智能手表新年版”京东众筹上线媒体沟通会在京举行,湖南卫视、芒果传媒、芒果V基金、京东众筹四方共同呼吁,通过“您买一,我捐一”形式,为2015名留守儿童众筹新年礼物——南瓜亲子智能手表。

“芒果南瓜亲子智能手表新年版”是针对新年特别定制的儿童礼物。据芒果娱乐智能产品中心运营总监杨浩介绍,芒果南瓜一代销售至今已突破11万只,新年版在功能上做了

进一步的优化和升级,并与微信合作,推出微信硬件号,方便微信用户通过微信绑定和使用手表的对讲和定位功能,目前微信绑定这一功能在儿童智能手表行业尚属首例。

“芒果有爱,温暖过年”是湖南卫视的年度大型公益活动,旨在召集社会公益力量,关注农村留守儿童,帮助他们实现心中的愿望,温暖过年。芒果V基金副秘书长李文泰表示,帮孩子们实现心愿,温暖过年,一直都是每一个“芒果人”的梦

想。早在2012年,芒果V基金就曾通过发起“芒果有爱,温暖过年”公益行动关注留守儿童,而今年的活动更是得到了芒果南瓜的鼎力支持,联合广大网友共同为留守儿童送上一份属于他们的礼物,让他们在这个寒冬时刻有亲情相伴。活动期间,参与众筹的网友每购买芒果南瓜亲子智能手表新年版一只,芒果南瓜就代表网友捐赠一只给留守儿童,同时用户可以获的一张芒果V基金的纸质捐赠证书。(徐辉)