

互联网平台探讨建立公益联动机制

■ 本报记者 张明敏

“

9月3日,在‘99公益日’即将迈入第五个年头之际,腾讯、阿里、新浪、知乎等互联网公司公益负责人齐聚北京,在腾讯公益思想汇第三期活动上,围绕‘互联网与全民公益’的话题进行了深入的交流和思想碰撞。

这是难得一见的场景。知名互联网公司同处一桌,没有台面上的商业互吹,也没有隔空较量的硝烟气息,只有对公益事业共同关切和对行业发展的真知灼见。

”

网络不仅意味着募捐

北京人刘姐在某电信公司工作,在腾讯公益平台上,刘姐选择了一名四川高中在读学生进行资助。三年资助期结束,她资助的学生高考只考了249分。

刘姐决定前往四川见见这个孩子,但却怎么也联系不上了。作为捐赠人,面对突然失联的受助对象她很是担心。最终通过四川的公益机构,找到了这个学生。面对刘姐的出现,被资助的学生很是自责,因为感觉对不起捐赠人,他选择了逃避。

刘姐并无责怪之意,他对资助对象说高考失败并不意味着人生失败,还有很多机会重来,关键是不要丧失对自己的信心。资助对象回复刘姐:“我承诺你,一定好好学习。”

最终,该资助对象辗转通过慈善组织安排进入了一所技校继续学业,经过自身努力,毕业后顺利进入一家互联网公司就业。

募捐平台不仅仅是成就受助人,也成就捐赠人和公益伙伴,网络慈善把这种正向的慈善连接变成可能。

腾讯公益基金会副秘书长孙懿表示,每当她讲起这个故事之时都特别感动。在小额捐赠场景里,捐赠人不仅仅只是出钱的角色,她还可以有很多的角色,还可以去做很多的事情。平台也不只是提供募捐的功能,可以连接更多的资源,并让资源拥有温度。

孙懿表示,传统慈善就是财富的再分配,而小额捐赠并不仅仅是财富再分配,更多的是情感的连接。在捐赠方、资源方(包括用户、企业、公益机构)到受助者之间的情感流动,是人人公益更大的价值。

另一个故事,也印证着网络慈善不只是简单的捐赠。

一个在微博上关于抑郁患者的求助故事。2013年这位抑郁患者去世,留在微博的最后一句话,迄今为止获得了超过100万的留言评论,这个网络空间也变成了抑郁症患者的交流平台。

面对如此多的信息,一位黄姓教授开始尝试从中发现抑郁患者,以进行提前干预。从黄教授一人到组建专家团队,与客服之间形成联动,一旦发现就“报警”。通过这种方式,几年时间就拯救了800多人。

新浪微博副总经理、社会责任总监董文俊表示:“之前,看到

的只是人的单一力量,但现在互联网有着海量信息,如果有技术性加持后,拯救效率将远远超过之前的想象。教授、平台、志愿者、公众、受益对象都实现了连接,一起来研究抑郁症这一课题。这让互联网不再只能发挥单一的捐赠功能。

“移动互联网的发展,让人人可以有可能会发起公益项目,然后推动公益项目,最终参与公益项目。”董文俊表示。

联合共话公益生态

过去12年,腾讯公益不断探索如何利用腾讯的核心能力助力公益发展。而技术力量能否给社会问题提供新的解决思路 and 方向,帮助参与解决具体社会问题成为面临的新问题。

孙懿表示,每家科技公司的擅长点有很强的互补性,可以尝试在公益领域先把联动的事情做起来。比如,各家互联网公司能否从公益开始,基于自身的技术和数据能力,为公益机构建立一个客观的评价体系,帮助机构公信力成长?

当前,数据已成为腾讯、阿里、新浪的“王牌”,三家都有相应能力发挥更大的公益作用。在捐赠环节如何让数据更加精准分发,共同提供更好的网络公益服务?

孙懿表示,建立有效的合作机制,前提是共生共赢,一定是多赢。

目前,阿里在做的“3小时公益平台”,已经入驻阿里体系内25个APP,在公益志愿领域颇具影响力。阿里巴巴公益基金会秘书长王瑞合说,未来“3小时公益平台”也希望能够和阿里经济体外的平台建立更好的连接,在志愿者领域助力公众的善能、善意、提升志愿服务的效率、数字化与公开透明。

新浪微博做公益最核心的一点,在于能够让公益更大范围的出圈,帮助公益项目沉淀可持续使用的社交资产。董文俊表示,在公益这件事情,希望不同平台之间用户可以真正“无界”,新浪9月将在“人人公益节”、“99公益日”、“95公益周”的宣传推广中实现资源互通,在一个点上形成合力,让全中国更多的网民知道9月是属于网民的公益月。

中国农业大学人文与发展学院教授李小云认为,宏观上,互联网机构间在公益行动上需要一个联盟,有联盟才能把所谓



活动现场



嘉宾发言

的规范赋予意义,没有联盟大家不能形成共识。微观上,目前中国还没有形成数字化公益,这个领域非常大,这正是阿里、腾讯、新浪等互联网公司最擅长的,完全可以联合起来进行推动。

北京师范大学中国公益研究院院长、深圳国际公益学院院长王振耀建议,各科技公司可以尝试开放合作,分几步走,有共识,有适度的评价,有专业化的介入,几大互联网公益平台一块行动起来,就可以对公益事业的推动具有深远的影响。

王振耀表示,希望接下来可以有更多的时间探讨怎么样更好的联动,形成1+1+1大于三这样的合作。

“每家科技公司的擅长点有很强的互补性,能否在公益这一块先把这件事情做起来,我觉得下一步不管是‘99公益日’,还是在各自主要的活动和节点上,我们可以就一些具体的节点先行来探讨,怎么样一起运作。”王振耀强调。

理性公益 科技向善

2018年,腾讯推出理性公益

的发展思路,希望推动整个公益生态的理性发展,并在技术上以“冷静器”的方式让用户体现理性公益。

原本以为增加一道网络门槛,会让用户体验降低,复捐率下降,但出来的结果却让理性公益得到肯定。2018年,腾讯复捐率达到40%,让用户喜欢的场景,产生更健康的捐赠态势。

但技术毕竟不能代替公益本身的链条。用户虽然有蓬勃的爱心,但是在很多时候是无序的,这种无序的释放对整个公益机构能够稳定持续的解决社会问题,其实是一个瓶颈。

“我们想做一个事情,在用户蓬勃爱心的洪流里面推一个东西,比如告诉用户,这个小孩已经够钱了,还有这么多得病的小孩没有钱治。”孙懿说,“对用户端说理性,希望用户对公益不是一次性消费,用户要有想法,要选择喜欢的领域,喜欢的项目长期支持,不需要一下捐十个项目,更多是希望一个项目跟十年,这才是用户端的有序性。”

王瑞合表示,互联网简洁、快速、便捷带来公开透明,但同时

一些假公益、骗捐现象蔓延影响公益形象,也影响爱心人士对公益的信心。另外,互联网时代公益传播性更广,微博、微信、网络社区,社交媒体传播会加快,传播成本的降低和加快对公益提出了要求,把一些小的的问题点放大了,对公益项目的完备性有更高的要求。

董文俊表示,面对一个灾害事情或者某一个打动人的公益事情发起之后,全民的情绪就会被调动起来,这样的信息就会溢出,这个时候止损和理性,这个事情是双刃的。另外,还存在信息不对称的问题,要想办法让其更透明,更有效。

随着互联网公益的发展,产生的问题也越来越多,为公益事业带来了更多的挑战。

李小云认为,互联网与公益呈现三方面关系。第一,互联网本身是一个对公益有着中性的支持性平台,公益项目利用其筹款,作用显而易见。第二,互联网技术直接瞄准社会问题,并着手解决,传统公益受到挑战,已经不再是单纯捐钱,对传统公益产生倒逼作用。第三,互联网引领新兴工业化、新技术时代。

“互联网公益组织和现代企业解决社会问题具有非常明显的公益外扩性,甚至是直接瞄准社会问题。毫无疑问是新工业化时代技术和社会之间的关系互动在重塑社会关系,重塑政府社会关系。”李小云表示。

科技向善,规则助力,透明与连接,正是今年“99公益日”的题中之义。孙懿表示,有效的合作是从了解开始的,本次思想汇是一次非常好的开始,在了解的基础上,腾讯公益非常愿意与各家平台一起推动建立一系列有效的机制,从彼此项目中寻找合作点,扬长补短,互相学习,为公益行业的共生共赢一块努力。

当天,包括腾讯公益、阿里公益、新浪微公益、新华公益、善源公益等互联网公益平台的负责人,来自盖茨基金会、墨卡托基金会的中国区代表,来自北师大、中国农大、长江商学院的学术专家等出席了当天的沙龙活动。