

社会组织的“无力感”

远远早于民政部社会组织管理局发出《关于引导动员社会组织积极参与防汛救灾工作的通知》之前,各地的民间救援队就纷纷加入了战斗。

6月初,随着我国大部分地区进入主汛期,各地民间救援队就开始密切关注降水变化,个别救援队的行动已经见诸媒体报端。

6月6日,广西桂林连续第5天发布暴雨预警,桂林蓝天救援队的求救电话没有消停过,队长莫日华表示,近7年中,此次的洪水量级是他从未遇到过的。6月7日至18日,桂林蓝天救援队共转移群众1600余人,找到失联人员6人;

6月8日,远在广东佛山的菠萝公益救援队接求助信息支援桂林阳朔,他们将遇困历史学家秦晖解救出来的照片在网络热传。当天,菠萝公益救援队协助被困两处度假酒店两夜一天的45名“驴友”脱险;

6月12日,重庆西阳普降大雨,当地水位迅速上涨。13日,当地的蓝天救援队先是从电信局抢救出昂贵的通信设备,后又向被困在三栋楼内的80多人提供救援;

7月7日,安徽歙县发生50年一遇的洪涝灾害,当地高考考生因洪水围困无法到达考试现场的新闻旋即成为社会关注焦点。黄山市山越应急救援中心歙县分队从凌晨4点开始展开行动,当天护送监考老师26人次、护送高考学生80人次、护送高考试卷及护卷人员4名、解救并转移危险被困人员36人次、护送医务人员50人次、转移在路上被困人员33名……

洪水来临时,出现在媒体报道上的民间救援队永远是责无旁贷的“冲锋陷阵”,但一往无前的背后,往往是筹款困难、队员出钱

又出力的无奈,伴随的还有队员往往在救援后产生的焦虑、恐慌等情绪。

多年深耕民间救灾领域的卓明灾害信息服务中心负责人郝南就表示,民间救援社会组织的“无力感”,其中一大部分就来自公众错位的捐赠理念,“平时投入(捐助)非常少,公众更期望把他们捐来的钱转化成物资,直接捐助给灾民”。

郝南以去年汛期过后的筹款来举例:“公众不理解你都救完了,还要钱买船干什么?他不会想到,这个船损失了,下次救援怎么办。”然而,即使是在洪水来临时的物资提供,对于很多社会组织来说,力量也非常有限。

安徽省广善公益助困服务中心于2011年登记注册,有多年和政府部门开展救灾合作的经验,与壹基金合作的“安全家园”也在此次歙县洪涝灾害中发挥了突出作用。但该中心执行主任张军仍表示,“社会组织给公众的期待值可能过高”。

“比如在救灾中,有一些职能部门听说我们可以做捐赠,会给我们提供一个需求,但它提供的需求我们远远无法满足,这是在我们行动中遇到最多的。”张军说,“比如一个安置点需要300张或500张折叠床,那么对于我们一个地方机构,根本没有资源能满足它。”

救灾项目 筹款疲软

不仅民间救援队和地方机构资金有限,拥有最多公众资源的基金会等慈善组织在此轮洪灾中的筹款成绩也一度只能用“惨淡”二字来形容。

曾有媒体以中国红十字基金会2000天亿筹2000多元的筹款项目来说明这一惨淡程度,而该项目目标金额为60万元,用于为受灾地区提供2000个“赈济家庭箱”。

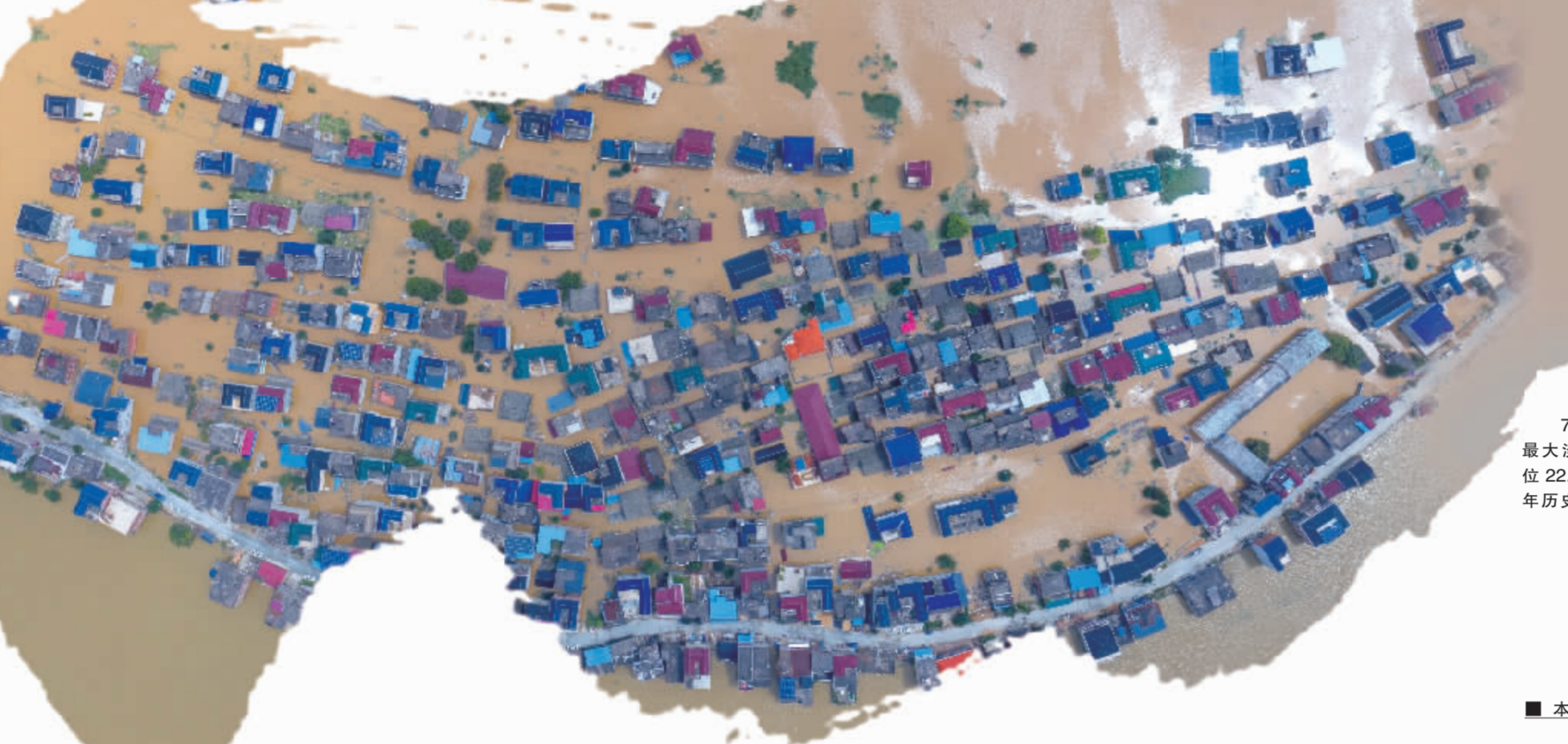
在上述报道1个月,《公益时报》记者在支付宝公益平台找到该名“家庭箱共抗南方洪灾”的项目。眼下,这一筹款目标金额为60万元的项目已筹措资金近半(29.32万元),似乎情况有所好转。但中国红十字基金会救灾赈济项目中心主任殷涛曾坦言,以往洪水季60万元的目标额大多都能筹满。

的确,媒体的曝光对相关项目筹款起到部分刺激作用,但总体来讲,仍难令人满意——《公益时报》对比了47个

筹款项目在媒体报道前后的表现,仅有5个项目达到设定目标,总体完成度仅为35%。

7月13日,《公益时报》记者从20家慈善组织互联网公开募捐信息平台上搜集到47个针对今年南方洪灾发起的筹款项目,分别来自腾讯公益(20个)、阿里巴巴公益(3个)、支付宝公益(8个)、新浪微公益(9个)、公益宝(1个)、轻松公益(4个)、美团公益(1个)和易宝公益(1个)等8家平台,总筹款目标金额为41117315.22元,截至当日19时,仅筹得7098446.55元,总体完成度仅为17%。

其中,仅有两个项目——“朱一龙粉丝驰援水患”和“博肖爱心联盟驰援洪灾地区”,由于发起方为明星粉丝群体,动员性较高,当时筹款额度超过90%;另有中国扶贫基金会发起的“南方水灾紧急”、壹基金发起的“广西洪灾,救在壹线”和北京缘梦公



7月12日,我国最大淡水湖鄱阳湖水位22.53米,刷新100年历史纪录

■ 本报记者 高文兴

南方洪灾救援筹款不力 谁之错?



7月8日,壹基金救援联盟成员江西南昌雄鹰救援队在江西南昌展开救援



安徽歙县,高考考生们在救援队挖掘车的铲斗里向考场进发

益基金会发起的“紧急驰援广西洪灾”三个项目,由于距离发起时间已超过1个月,筹款完成度当时分别达到66%、46%和45%;其余41个项目的筹款进度当时均未超过40%。(注:另有一个项目未设定目标金额,不在统计之内。)

7月24日,《公益时报》记者再次查看这47个项目的筹款进展,总体完成度度翻番,达到35%——虽然在媒体报道后,筹款额有所上升,但仍然无法让人满意。

截至当日19时,仅有“朱一龙粉丝驰援水患”、“博肖爱心联盟驰援洪灾地区”、“王一博粉丝驰援南方水灾”、中国扶贫基金会发起的“南方水灾人道救援”和北京平澜公益基金会发起的“南方水灾紧急救助”等5个项目完成筹款目标;另有9个项目筹款进度过半;其余32个项目筹款进度在50%以下,其中有9个项目筹款

进度不足10%。

筹款形势的严峻势必会让社会组织在救灾前方的工作开展大打折扣。以多年关注全国范围内大小自然灾害的壹基金举例来说,在上述47个筹款项目中,多达9个项目由壹基金发起,发起时间从6月8日至7月12日不等,所涉筹款平台遍布腾讯公益、阿里巴巴公益、支付宝公益、新浪微公益、轻松公益、美团公益、易宝公益,可谓“广撒网”。

但截至7月24日19时,仅有在新浪微公益上发起的名为“壹基金驰援南方水患”的项目筹款进度达到90%,以及在轻松公益上发起的同名项目筹款进度达到73%,其余7个项目筹款均未过半,且大多数项目筹款进度不到30%。该9个项目筹款目标总额10136000元,仅达成3384297.55元,总体完成度仅为33%。

坦言筹款的“无力感”,她表示,这些筹款的用途是为受灾地区的群众发放灾后物资,在过程中,壹基金也一直积极与这些筹款平台沟通,同步灾情信息和一线信息,但“目前筹到的资源、资金,跟受灾群众的需求相比,还有非常大的距离”。

近几年在灾害救援表现突出的爱德基金会主要在灾区从事灾民生活物资的发放以及支持救援组织开展消杀和防疫等工作。该基金会社区发展与灾害管理项目主任谭花表示,他们从5月底就开始关注国内水灾,但今年网络筹款经历个相对漫长的备案期,到6月底才正式开始筹款。

“我们在6月12日向香港特区政府申请了针对广西桂林水灾的快速响应资金,在6月下旬得到正式批复。目前重点区域是在江西,我们也是动用了一些储备资金去响应当地合作伙伴。”她说。

2020年对于中国来说,是个多灾之年——“前浪”新冠肺炎疫情还尚未完全停息,汹涌的“后浪”又在南方的洪水中席卷而来。

由于不少地区水位一度突破历史纪录,形势之危急甚至让人将其与1998年特大洪灾作比较。据应急管理部7月23日的最新统计,今年主汛期以来,洪涝灾害已造成江西、安徽、湖北、湖南、广西、贵州、广东、重庆、四川等27省(区、市)4552.2万人次受灾,142人失踪,3.5万间房屋倒塌,直接经济损失1160.5亿元。

在国家防总、应急管理部的部署下,各地抗洪抢险救援工作陆续展开。7月20日,民政部社会组织管理局发出通知,推动社会组织积极参与防汛救灾,尤其是参与一线救灾的应急救援类组织和开展救灾募捐的公益慈善类组织。

实际上,在此之前,社会组织早已纷纷行动起来,进行抢险救援和筹款等急需工作,但整体来看,筹款情况不甚理想,这无疑也对前线救援形成了掣肘。虽然今年上半年新冠肺炎疫情消耗了一大部分社会捐赠的热情,但在过去许多年中,洪涝灾害的筹款项目都一直难以获得青睐。

洪灾筹款的“痛点”

的确,今年上半年,社会公众围绕新冠肺炎疫情已经做出了金额非常可观的捐赠,这或多或少影响到了接下来对洪灾项目的参与程度。

但新世纪以来,在自然灾害中,仅有地震,尤其是引起伤亡和经济损失较大的高强度地震,由于其灾后观感强烈,能够激起公众的捐赠热情,而针对其他灾害的筹款项目都难以保证达到预期。

而我国是洪涝灾害多发国,七大江河的汛期大致固定,每年夏季几乎都有地区出现洪涝灾害,这种“习以为常”反而在一定程度上削弱了公众对其的敏感度。

2019年6月17日22时55分,四川宜宾市长宁县发生6.0级地震,造成13人死亡。在地震发生后不到一个小时,不少筹款项目便迅速上线,截至2019年6月21日,当地已收到各界捐款超1亿元。

而几乎同一时期,造成更大范围影响的广西洪灾却苦于筹不到钱。当时,郝南就无奈地表示:“广西洪灾淹了有七八个县,比(宜宾)地震的范围大多了,上线筹款有用吗?最后惨到我们连灾情调研的人都派不出去,评估人员的路费都筹不出来。”

专业人员无法给出灾情评估,对前方民间组织的工作直接造成了影响。“基金会要求我们做一些评估,根据你的评估后,才能给予一些物资支持。”张军表示,即使是政府在第一时间也没有这些数据,“很多时候,政府职能部门也都没有这部分数据,甚至没有及时收集,因为他们当下所做的工作是救人,是转移,第二步才会做物资性的(发放)。”

而在洪灾面前,公众似乎更愿意捐物,而不是捐款。

2018年8月,山东寿光洪灾造成13

人死亡、3人失踪,直接经济损失92亿元。当年全国针对这次洪灾的捐赠过亿,十分罕见,“但上亿的资金大部分捐到了慈善会,进入到政府的财政拨款序列里面去,另外物资数量比直接捐款的多”。

捐赠物资本身无可厚非,但公众基于自身的理解,不少物资到达灾区并没有派上用场,形成浪费之余,还给前方物流和分配体系制造了压力。“救灾工作中的专业内容是不被公众所了解和认可的,大家还是希望用他们想象的,比如说矿泉水、方便面这样的东西去参与救灾,但实际上只能解决灾民很小一部分(需要)。”郝南说。

例如,在壹基金为灾区准备的“救灾温暖箱”内,更多的是雨衣、手电筒、水桶、牙刷、毛巾、毛毯、口罩、防疫手册等基本生活用品和防疫用品,而非食品等快速消耗品;中国红十字基金会按照国际原则定制的“赈济家庭箱”,其配置中除了大米(或面粉)和食用油外,绝大多数都为保障基础生活、保暖和清洁卫生的非食品类用品。

今年,刘园月随壹基金水灾救援的前方调研团队遍访了湖北、景德镇、鄱阳等地,她说:“我们发现,其实在水灾常发的这些地区,老百姓很早就把自己一楼的物资转移好了,然后第一时间听从安排进入到安置区。安置区可能相对准备没有那么充足,但是基本的吃和住还是比较齐备的。”

刘园月认为,响应安置区的物资需求是必不可少,但社会组织的核心能力和价值更多地体现在对社区减灾和快速参与上的支持,她将支持分为两个阶段,“第一个阶段是对救援队转运人员和这些转运人员的信息上给予支持,第二个阶段是水灾过后,组织专业力量,更快地帮助村民减少滑坡点、危险建筑等风险,减少次生灾害和下一次暴雨到来之后的风险。”

公众引导 有待时日

公众的期待和社会组织能够发挥核心价值的地方有比较大的认知差异,如何弥补这道鸿沟,社会组织显然还有很多工作要做。

谭花认为,洪灾的前期预警在普通公众层面,并没有得到很好的理解,社会组织可以进行更深入的解读和普及。“今年对防汛形势的报道非常多,但这些信息对于公众甚至社会力量来讲,并不是特别明确。比如说什么地方超警戒水位了,这背后究竟代表什么样的意思,对哪些具体区域的群众会有什么层面的影响,这需要一个分析过程,这样才能让公众有一个相应的准备。”

刘园月认为,社会组织需要把救援工作的专业性和体系性更多地与公众进行沟通。“公众对于很多事情的注意力确实是比较短暂的,他们的信息也是迟滞的,认识需要一个过程。但这个过程是需要我们共同努力去做的,无论是平时对于前期的需求还是在灾害来临时的响应,都需要建立一个可持续性的机制。”

张军表示,洪灾的数据和受灾现场的画面对于公众有直接的刺激作用,但“公众通过媒体感知到这些信息后,如何去参与?给公众参与的空间到底在什么地方?这些捐赠或行动的介入还需要更多地进行传播”。

郝南则认为,公众投入的资源并不与灾害的大小相关,而是与社会对灾害事件

的关注度有非常强的正相关性。“公众的关注度决定了社会组织在灾害中能够投入的资源 and 力量有多大,这实际上是不科学的,但这个规律客观存在,我们必须适应它。”

郝南说,一方面,社会组织应该顺应公众这种关注度,与此同时,要将公众的关注力更多地引导向正确的方向,让公众知道正确的救灾流程,以及哪些机构可以用更专业的方法去回应救灾需求。



有冲击感的画面能够激起公众的捐赠热情,但公众的捐赠理念还有待提升