



徐永光(南都公益基金会副理事长兼秘书长):

现在捐款有时候表现得不严谨,大家在一起举个牌,实际上他并没有做什么协议,这笔捐款应该在法律的框架下,捐受双方坐下来谈捐款怎么使用,怎么监督,要有协议来规定。如果有了协议没有捐款到位,那可以通过法律程序来解决的。

刘京(中国社会工作协会副会长公益时报社社长):

如何真正地解决而不捐,有些地方已经开始做一些有益的尝试,上海准备用法律形式约束可能的赖捐现象。《上海市慈善募捐条例(草案)》已经排入今年人大立法的预备项目,而这个条例一旦通过立法,很可能成为全国首个慈善募捐条例。条例的征求意见稿中明确写道,“慈善募捐组织在捐赠人未履行捐赠承诺时,可以依法向捐赠人追索”。

章子怡,诈捐门莫成罗生门

本来承诺捐款100万,但是最后却被发现差了16万。这件事情发生在具有国际知名度的电影演员章子怡身上,有人特别为她和这件事情发明了一个新词,叫做“诈捐门”。



2月9日是章子怡31岁的生日,然而这个生日或许她过得并不开心,因为沸沸扬扬了近2周的“诈捐门”事件,直到今天还是没有平息的迹象。

之前,有人在网上发帖质疑,章子怡曾宣称她为汶川地震灾区捐赠了100万人民币。但是,在中国红十字基金会的网上捐助查询系统中,却只能检索到2008年5月15日分别捐赠了40万和44万元两笔款项,共计84万元人民币,这和她对外公布的数额相差了16万元。

在一片质疑声中,2月8日下午章子怡的经纪人纪灵向媒体公开作出回应,并发表声明表示道歉。然而,面对这样的致歉声明仍然有人质疑,更多的网友戏称自己相信章子怡不差钱,差的只是一个真诚的态度。

同样在8日下午,中国红十字基金会的官方主页上也贴出了字号硕大的标题,对章子怡的捐款作出公开的回应。文章中详细写明了之前收到章子怡的44万、40万这两笔善款,已用在四川邛崃市一所聋哑学校的恢复重建上,并表示已经收到差额的16万元。

这似乎已经应该尘埃落定,但事情并没有那么简单,更多的网友发现,章子怡并不是只有这一笔慈善捐款混乱不清,另外一笔来自于国际募捐的善款也成为怀疑的对象。

在2008年5月21日的戛纳电影节上,章子怡以四川震区募捐为名举办慈善活动。这曾经打动了很多人,但是之后到底收到了多少善款,去了哪里,却很少再有报道。虽然章子怡的经纪人给出了回应,但正式的账目并没有披露。

无论是那封经纪人迟来的道歉信,抑或是迟迟拿不出来的戛纳募捐的明细,章子怡推开的这扇“诈捐门”无疑是给每个明星敲响了一记警钟,在这扇遮掩着的门背后,除了公众对明星信任危机的思考外,还有人们期待着能够出现更加完善的慈善捐款公开机制和管理手段。

“诈捐门”为何是“网友发现”

董倩(主持人):本来要捐100万,最后被发现只捐了84万,这件事应该谁先知道?当事人一个是章子怡,一个是红基会,怎么现在出现了所谓的“网友发现”?

王锡铎(特约评论员):这样的一个捐款本来数字是比较清楚的,而且相对来说关系也是非常明白的,那就是章子怡和红基会之间。如果说捐款没有充分的到位,毫无疑问,红基会应该在第一时间会有准确的、全面的数字。作为一个公众人物,章子怡是一个国际大明星,公众对她肯定会有强烈的好奇心,这种好奇心既可以是一种喜爱,也可以是一种

关注,包括对她的公共形象等各方面的关注。公众知道了,发现了,一方面表明公众比较关心、关注这个明星;另一方面,可能这种关注也是一种必要的监督。

董倩:有人说,100万都捐出去84万了,就差这十几万块钱?作为观众、作为网友,有没有权利盯着一定要把这钱捐上?

王锡铎:首先,章子怡在“5·12”地震发生后的第一时间就表示要捐出100万的善款,这应该说值得我们去钦佩和感动,而且她在5月15日就捐出了84万。但是,是不是差了16万公众就不去关注了,或

者说不再追究了,我觉得不能这么看。因为,她是一个公众人物,公众对这样一个明星应当有监督权。另外,一个公众人物所做的承诺其实会带来很大的社会效应。比如,在章子怡承诺100万捐款,还有在戛纳公开的募捐后,公众对她都是非常钦佩和感动。所以,章子怡获得了2008年由网民评选的“中国十大慈善明星”。同时,在2009年3月,她也当选了“2008年年度慈善贡献奖”,这个奖应该说是年度中国慈善的最具重量的大奖。换句话说,你原来开出的支票,收益已经回来了,那么公众要去刨根究底,也是理所当然的。

“诺而不捐”需制度化管

董倩:那么,红基会和公众,哪个更应该把这件事儿先给抖露出来?

王锡铎:红基会具有更加准确的信息,而且它具有直接的数据。比如说,2月8日红基会已经把数据都披露出来了。但在两周前,当公众提出这个问题的时候,它并没有这么做。为什么没有做?这里面可能是一种猜测。据研究表明,许多慈善机构在中国这种慈善体制环境下,它可能也有一些难处。比如说,如果有人或者企业承诺了要捐款,但是捐款可能因为各种原因没有及时、充分地到位,而这时慈

善基金会如果跳出来,某某明星、某某企业,他的捐款没有到位,可能对于承诺捐款的一方来说是没面子的事。那么,下一次他怎么还会给基金会慷慨的承诺呢?所以,我觉得,慈善基金会之所以没先抖露,可能也有它的苦衷。

董倩:这回因为章子怡,是所有人关注的大明星,她的事儿会被网友、普通人给抖露出来。那如果知名度不如她的人,会不会也出现这种“我承诺了,但是我没捐这么多”的事情?是不是相关的慈善组织也

不会把这件事抖露出来?

王锡铎:这样的情形可能比较多。通常,只是那种在公开的场合,特别是在有媒体报道的场合作出的承诺,它不仅是对基金会的承诺,也是对公众的一种表态。这时候,一方面表态产生效益,另一方面公众也多了双眼睛来盯着他。所以,要真正解决这种承诺了不到位、不及时、不充分到不到位的情形,可能还要有一个基金会和受捐助的组织,有制度化的、充分的捐款信息对社会公开的一种制度。也就是说,把明白账摆出来,承诺了不捐这样的情形很快就会被公众所知晓。

普通民众才是慈善的基础

董倩:明星也好,大企业也好,他们的诺只是一个口头协定,并不是一个法律的协议。如果他说了却没做到,我们怎么面对他的这种做法?

王锡铎:诺虽然是一种口头的行为,但承诺的这种场合经常发生在一种具有戏剧化的特定的场合,有媒体报道,有电视台转播。因此,这时候的诺,既是一种个人的口头行为,也是一种面向公众的承诺行为。践诺应该从两方面来看。首先,既然一诺千金,特别是面向公众

对所有人做出的承诺。企业信用的丧失会增加它交易的成本。另外,从法律上来讲,诺的行为如果要上升到法律上的责任,必须有一个契约的行为,要用法律的形式固定下来。

董倩:为什么捐款要用诺这种方式来搞一种宣言,他的目的是什么?涓涓细流地捐款,有没有可能?

王锡铎:我国在慈善捐款方面还不日常化、生活化,很多时候捐款行为都是因为有些特殊的灾害性事件的发生。一旦出现这些突发事件后,有一些政府动员的募捐仪式,诺往往在这种仪式上发生。当然,涓涓细流似的捐款从长远来看,这涉及到慈善的根源问题、基础问题。大家盯着的都是些企业和名人,觉得他们应当承担更多的社会责任。这个是对的,但也必须看到慈善真正的基础其实是普通的民众。普通民众强调行胜于言,普通人其实可以发挥更多的作用。

»昨日听闻

物流配送成电子商务短板

临近春节,正是物流繁忙之时,可是物流快递公司却纷纷放假,网购货物最近遭遇困境。

春节前网购货物量应该是呈增加的趋势,但是多家物流公司都已经放假,不再接单。对此,像淘宝网、当当网等购物网站都不同程度地做了应对调整,或不接订单,或发货提货延迟。其实对于购物网站来讲,这是很无奈的一件事情。其实,春节期间电子需求的旺季,买年货,买新年礼物,很多人都选择网络这种形式。但是配送服务跟不上,购物网站也没有其他选择。

快递公司对此解释说,因为快递公司的员工大多是外地人,平时很难回家,就等着春节长假回家了。所以有一部分快递公司从9日-21日期间都不接单。从目前的这种现状来看,电子商务发展初期,物流配送是其短板,如今物流已成为制约电子商务发展的瓶颈。

出现这样的现象,应该说从一个侧面反映出快递这个行业还存在一些问题。所以,呼吁相关主管部门的监管,呼吁企业自身的转型和调整。

»新闻排行榜

护理员持证上岗

各个行业都需要一个规范的制度,护工培训亦是如此。北京市最新启动护理员培训试点工作,宣武、西城、丰台三区将率先试点。今后医院将逐渐使用持证护理员,取消无证护工。据了解,护理员的培训内容包括上岗前必要的实际操作、职业道德和必备的职业知识培训,培训时间不少于90学时。培训后经考核合格的,颁发证书。

上榜理由:取消无证护工,会让这个市场更加规范合理,病人被护理得更加放心。

微软推儿童版IE8

微软将要推出儿童版IE8,上网安全性会变得更高等。这款IE8浏览器将增加一系列可以保护儿童上网安全的功能,并对病毒和黑客攻击等问题给孩子们提供处理意见。

上榜理由:随着互联网的普及,儿童上网已经不是什么新鲜的事情了。但相信大部分的父母还是一直很担心孩子上网的安全性,微软这个新的措施的出现,想必会让家长们放心不少。

保姆市场节前返季

每到春节,因外地保姆回家过年而出现的“保姆荒”往往令很多家庭头疼不已。今年,在吉林省长春市,高薪红包令当地保姆市场首次出现了节前“返季”现象。

上榜理由:为了最大限度地满足春节家政服务市场需求,长春市相关部门还有针对性地推出了“春节保姆”、“春节月嫂”等短期培训,配合首次出现的保姆“返季”现象。

提防假打折真提价

春节马上就要到了,不少商家纷纷推出打折促销活动,通过五花八门的打折手段来吸引顾客,招揽生意。“低至一折”、“买200送200”,各种各样的促销手段让人眼花缭乱。但消费维权部门提醒市民:小心打折促销有“猫腻”。应该货比三家,掌握商品的真实价格,防止落入陷阱。

上榜理由:年终购物要小心陷阱。要看清楚商品价签内容,货比三家,理性消费。