

我省首次公众筹款活动“绿行家”落幕 小朋友唱主角

5岁小孩走完20公里 初中生一人筹得718元

传播环保理念和价值 以小家绿大家

你有过徒步20公里的经历吗?10月26日,在湖南省首次公众筹款活动“绿行家”徒步挑战赛上,20多名小朋友的身影组成了一道独特的风景线。20公里,对小朋友们来说是一次体力的考验和意志的启蒙,完成筹款则是环保理念与公益价值的培养和传播。公益组织如何通过自己的工作,带动公众共同保护环境?活动组织者绿色潇湘这次“以小家绿大家”的尝试或许只是个开始。



5岁的小运祥独自走完了全程,在终点处拍照留念。



以小家绿大家,是这次徒步活动的最终目的。

徒步:
找路边的橘子树、找草地里的虫子,5岁小孩走完全程

10月26日前,胡琴不相信自己的女儿文雅轩能徒步行走20公里。要知道,这名9岁的小学生之前行走的最长距离,仅限于从家到学校的2公里路。但10月26日当天的“绿行家”活动上,小雅轩不仅走完了全程,还是第一个到达终点的小朋友。

“很惊奇,一个9岁的小孩子身上也能有这么大的能量。”“绿行家”活动结束后已经一周了,胡琴还是有点不敢相信女儿的“壮举”。

9岁的小雅轩知道这个活动和湘江有关,“湘江是我们的母亲河,我们要保护湘江。”家住湘江世纪城附近,文雅轩经常去江边散步,看到满地垃圾就皱眉头。她打算给开福区区长写信,提倡保护环境。

第一次参加公益活动的文雅轩,是被妈妈的同事文钰“拉入伙”的。8月31日“绿行家”活动正式启动之后,热心公益的文钰就盘算着组建队伍参加挑战。经过一番宣传和鼓动,他发动成立了四个挑战队伍,胡琴母女与另外一对父女便是其中一支。

文钰5岁的儿子文运祥也参加了行走活动,是年龄最小的挑战者。文钰时常带他参加各种志愿活动,因此并不担心如何鼓励他报名。问题在于5岁的孩子对20公里有多远并没有一个概念。“你去幼儿园上学要走2公里,20公里就相当于你要走10个这么远的路。”文钰如此向儿子解释,并带他在烈士公园“拉练”了几个星期。

但小运祥路上还是出了“状况”。走了一段路后他开始打退堂鼓,文钰就带着他找路边的橘子树、找草地里的虫子,边玩边走完了全程。

“小朋友虽然知道不能乱丢垃圾、随地吐痰,但对环保、公益

还没有形成概念。参加这个活动,会让他在同学中间形成一个爱护环境的好形象,这是一个正面、积极的暗示,对他的成长很有帮助。”文钰对小运祥的收获进行了一番总结。

参加挑战活动的20多名小朋友中,除了一名女孩脚受伤中途退出外,其余人基本都走完了全程,其中最大的14岁,最小的5岁。

筹款:
“儒家学派”的“自产自销陈氏酸奶”和亲笔画作

“亲爱的朋友。我是肖静嵘,我和我的朋友组队参加‘绿行家’20公里徒步公益挑战赛。10月26日,我们将合力挑战20公里徒步线路,并为绿色潇湘环保组织的‘湘江守望者’项目筹款,此次我们的筹款目标是不少于1000元,为保护我们自己的饮用水安全而行动。”

10月下旬,雅礼天心中学的几个QQ群收到了这样一封募捐信。发邮件的人叫肖静嵘,小名西西,雅礼天心中学初一学生。10月15日,西西的妈妈谭鲜在公司看到绿色潇湘的宣传资料,下班后带了一份回去给西西看,告诉她:“这里有一个徒步挑战活动,可惜我去不了。20公里我能走到,西西你可以吗?”“可以!我想参加!”西西当场答应。

之后母女俩发动各自同事、同学,组建了一支队伍,取名“儒家学派”。这源于西西正在学习的历史课本对儒家学派代表人物孟子的介绍。“孟子说:‘不违农时,谷不可胜食也;数罟不入洿池,鱼鳖不可胜食也;斧斤以时入山林,材木不可胜用也。’提倡人与自然和谐相处,善待自然,自然也会给人丰厚的回报。”西西一板一眼地解释。

按照活动要求,参赛者不仅要组建队伍走完20公里,还要筹集到1000元以上的善款,这对孩子们来说是另一种挑战。

几个衣食无忧、涉世未深的中学生如何向别人筹钱?开动脑筋、一番思考后,他们决定发挥各自的优势:队长陈细姣的筹款方式是出售“自产自销陈氏酸奶”,畅畅的筹款方式是向捐款者赠送自制蛋糕或亲笔画,队员吴氏父子筹到了一箱牙膏,准备做义卖。

“作为一名爱画画的12岁‘小画童’,我用自己的力量来感恩,向本次活动支持我的捐赠者赠送我亲笔绘制的画作!”喜欢画画的西西也找到了自己的方法——美图义赠。

“若您支持我参加‘绿行家’这个活动,请向‘湘江守望者’捐款,捐赠起点为10元,上不封顶。您可获得我的精美绘画作品一幅,以示感谢。如您预定,两天内送达。”逢人就宣传筹款的西西,都快成了“推销员”。

10月22日,西西收到第一笔捐款100元,有点出乎意外的她竟有些不好意思起来。截至10月29日,她共筹得善款718元。

“西西的环保意识比较强,平时也注重节约水、食物,对动、植物比较爱护。以前小些时候会带她去参加活动,现在她大些了,有自己的想法,我也会很支持。”看着女儿获得的成绩,谭鲜很是欣慰。

探索:
民间组织如何通过解释和传播获得公众的认可?

4个全职工作人员以及家属,170多位义工,10多家支持单位,400多位参赛者,还有数百名体验团成员——湖南省首次民间组织公众筹款活动收获了以上数据。在绿色潇湘的总结会上,这些数据佐证了这次活动的成功之处——按照预定目标,这次活动将有超过500个“绿行者”报名,将组建超过50个“创绿家”参加挑战,直接影响人群2000人。

与成绩同行的,是活动暴露出的一些问题,比如体验团队的

工作没做好,活动中出现的质疑声音,还有最核心的,筹款目标能否完成?有多少人通过活动第一次认识了绿色潇湘,获得了保护湘江的信息?

绿色潇湘组织筹款活动的想法,来源于这样一个观点:民间组织从公众中间筹集的善款,如果能够达到善款总收入的30%,这家机构将可获得健康、持续的发展。绿色潇湘2012年度报告显示,2012年善款收入的90%来源于基金会,5%来源于个人捐赠。加强公众筹款是他们2013年的工作重点之一。

如何说服人们为一个与自己没有关系的组织慷慨解囊?绿色潇湘想到了家庭这个目标群体。“家庭是最小的社会单位,小朋友们又可以带动一家人。”传播主管孙成认为,将传播诉求定位到家庭和孩子身上,是有可取之处的。

这也是“以小家绿大家”的主要内涵。最近几年,环境问题的凸显催生了民间环保组织的蓬勃发展,但很多草根组织面临着后劲不足和圈子化的趋势。

“NGO对自己的事业要有自己的解释,使别人明白并欣然接受这个现实,NGO还要有能力去广泛传播这些解释。然而这个‘解释’,我们尤其缺乏,相关思考和讨论都很少。NGO关于社会变化的一整套哲学体系,公众能否理解、接受和支持,环保NGO解决问题的核心能力公众是否相信和认可,这些才是硬骨头。”伯尔基金会环境与能源项目经理陈冀俊在接受本报采访时曾说。

筹款不是最终目的,民间组织通过建立一套体系来阐明工作的价值和重要性,同时回答公众的疑虑,才是需要亟待解决的。

■文/三湘华声全媒体
记者 卢小伟
图/见习记者 李毅