

# 慈善伦理视角下公益众筹的伦理风险与规避

## ——以疾病救助类公益众筹为例

1. 王璇 2. 王杰

1. 南京师范大学 2. 中国广核集团

**[摘要]**网络公益众筹在日益成长的同时,也衍生了很多问题,例如诈捐、信息夸大、信息透明度缺乏等违规现象,造成了网络公益众筹的信任与失落危机,将会更容易触发公益慈善当中的伦理风险,导致公益众筹的消费化、产品化、神圣化趋向以及遮蔽性偏差等。伦理风险一直是公益慈善事业的重要议题,对公益众筹的伦理风险进行相关反思,并对其进行的公益事实和慈善价值进行理性评估,有利于找到行动与价值之间的平衡,以便公益众筹更好地践行与发展。

**[关键词]**慈善伦理;公益众筹;伦理风险

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.11.1167

### 一、问题的提出

随着互联网的不断发展,智能手机等移动终端的广泛使用,我国公益慈善事业也早已进入了互联网+时代,不断拓宽线上发展领域,公益众筹也在此大环境下应运而生。公益众筹依托互联网平台,以具体而特定的事件或者项目,凭借其信息传播的深度和广度以及对于受众的切实感召力,面向公众进行公开募资。传统公益事业借助互联网平台与新媒体进行充分融合,使得公益众筹在新媒体时代萌生了强烈的公益力量。从整体的公益众筹态势来看,其领域辐射了医疗卫生、教育帮扶、灾难救援、疾病救助、环境保护、法律援助等各个方面。由于新媒体时代信息推广的针对性、公益事件的迫切性和个人选择的生活化趋向,疾病救助则是大部分公众接触到的最为常见的公益众筹。以疾病救助类公益众筹为例,发起人通常是身患疾病的病人或者家属,以网络社交平台依托,以熟人社交圈为范围进行层层式扩大传播,凭借在公益众筹平台的信息证明与情况阐述来筹集目标资金。然而,由于互联网平台的虚拟性、隐匿性等特征,以及相关法律法规和政策的不完善和行业体制的不成熟,网络公益众筹在日益成长的同时,也衍生了很多问题,例如诈捐、信息夸大、信息透明度缺乏等违规现象,造成了公众对于网络公益众筹的信任危机,将会更容易触发公益慈善当中的伦理风险,助长不良风气,不利于我国公益慈善事业的健康发展。伦理风险一直是公益慈善事业的重要议题,“既规定着慈善如何向我们走来,也规范着我们如何进行慈善。”<sup>[1]</sup>对于公益众筹进行伦理风险的反思,对其进行的公益事实和价值进行理性评估,有利于找到行动与价值之间的平衡,以便公益众筹更好地践行与发展。

### 二、概念梳理

#### (一) 慈善伦理原则

慈善伦理有其最基本的原则:1诚信原则。诚信是慈善实践活动得已进行的核心原则;2利他性原则。作为一种道德实践活动,利他型是公益慈善最为根本的原则,并且这种利他往往要转化成具有现实物质性的成果;3自主性原则。公益慈善活动必须建立在伦理双方自主资源的基础上进行。4适度原则。公益慈善的范围与力度都必须控制在合理的程度

中,“‘过度’与‘不及’将导致慷慨陷入‘挥霍’与‘吝啬’的伦理诘问之中”<sup>[2]</sup>。5不伤害原则。公益慈善不可以以“善”的名义对施惠对象或者相关其他人带来伤害。

#### (二) 慈善伦理风险

慈善的伦理风险即是根植于人作为行动和选择的主体而进行的道德实践活动即公益慈善之中,表现为慈善一经发生就需面临的行动情境及其选择的可能后果,关系到我们对慈善的认识、践履及评价,体现出对慈善应为与何为的辩护,直接影响到慈善的发生与发展。从这一意义而言,慈善的伦理风险与慈善具有强烈的共生性,是一种内嵌于慈善之中的具有本质性意义的风险。慈善的伦理风险是对于公益慈善真实而多面的反映。作为社会事实本身,公益慈善的多主体、多环节、多方关涉领域决定了它本身是一个错综交互的复杂体,其每一个行动和指向都可能存在潜在的伦理风险,并反馈出公益慈善本身的漏洞与欠缺。如果在公益慈善的进行过程中,忽视或者违背了慈善伦理的重要作用,将可能会导致慈善行为的变质或适得其反。并且,伴随着因社会发展而不断更新的公益慈善形态,慈善的伦理风险也在不断变化,不断向慈善的完善发起挑战。其会依附具体社会情景和场域,随着公益慈善活动中不同的道德选择和道德实践,呈现出纷繁多样的面貌。

近年来,随着疾病救助类公益众筹平台屡屡出现的诈捐、骗捐以及资金流向问题,过度透支了公众对其的信任与认可,成为其当前面临的主要困境,学者们也纷纷展开对于公益众筹的信任危机治理探究,梳理发现,当前主要通过信任影响变量分析信任危机的生成机理,其进行问卷调查公众的参与意向,或对较为典型的参与对象进行田野调查对比研究,然而,在此研究的基础上还可以更近一步,信任危机影响的不仅是平台项目的完成度,而且还会触发公益众筹新一轮的伦理风险。伦理价值是贯穿整个公益慈善过程的核心轴线,调整着公益慈善的范围和力度,对于公益众筹的信任治理与价值评估,不可脱离对其伦理风险的考量。

### 三、公益众筹的伦理风险与困境

#### (一) 消费化趋向:产品化的公益众筹

在消费主义横行的时代环境下,任何的社会事物都可能

会被包装成产品进而获得收益，公益众筹也不例外。以宣传和信息资源为支撑的公益众筹，本质上也是一种互联网产品，并且其可以凭借大家的社交关系网络和同理性迅速聚集比普通盈利产品更多的关注，进而可以快速集资，这其实给了公益众筹平台的建设者和维护者很大的诱惑，如果平台的建设者即其他相关方无法坚持秉持着利他型的价值原则，进而将公益众筹变为，为获利而编织的美丽谎言的话，公益众筹将成为不法盈利活动的最佳外壳。近年来，屡屡有知名人士打着治疗某一患病群体的名号，成立转向基金会，实则是为了快速敛财，并没有履行相应的义务。并且，对于公益平台是否要抽取佣金的问题也在不断讨论，如果佣金行为被许可，那么热度和流量就成为平台不可或缺的食量，平台可能会为了获取持续的关注或者良好宣传而不加把持的曝光和追踪受患者的私人信息，给患者带来伤害。

### （二）工具化趋向：作为一种“私益”手段

公益众筹的低门槛低成本和高参与高效率的特征，惠及了很多患病群体及家庭，却也容易变成获益的工具。对于参与施患者来说，其可能会受到“慈善汇报”的吸引，进行“影响力投资”，即投入少量的慈善金额以增加自己的声望，从而为自己带来荣誉或事业上的回报；对于受惠发起者来说，这种慈善募捐的集资速度远比自己辛苦劳动快得多，可能会助长不劳而获的风气，使得家庭并没有那么困难的患病者夸大自身处境骗取同情，违背公益慈善中最基本的诚信原则。近年来这种诈捐、骗捐现象偶有发生，这会对公益众筹平台辛苦累积的信任起到颠覆性的影响。

### （三）神圣化趋向：伦理双方的自由意志

作为一种道德实践活动，公益众筹同其他慈善活动一样，容易陷落到“神圣化”的陷阱中去，公众对于这种公益活动投入了过多的期待，在目前来看或许远远超出了平台本身具有的能力，如果公益众筹项目的失败率逐渐增高，可能会引发公众的强烈失望和不满；并且，公众对于道德的权力和义务并没有很好的厘清，施惠是一种自主选择，受惠也是，公益慈善活动应该秉持一种纯粹自由的利他意愿而进行。但是，疾病类公益众筹项目的投射范围主要是以受惠人为核心的熟人社交圈，我国传统的差序格局的社会关系网络本就依靠情理和互助来维持，而近年来公益慈善愈加有“圈层”化的倾向，即站在道德制高点认为富裕的人应该在慈善活动中付出更多，当受惠人发起这样一种公开的“请求”，特别是捐赠者的姓名、金额可以被公布，即可以在伦理双方的熟人圈共享的时候，公众的慈善选择的自主意愿就可能被左右。

### （四）公益众筹的遮蔽性偏差

公益众筹平台对于疾病救助项目的宣传投放主要以受惠者自身的社交圈层为主，其所能关联到的施惠方与受惠者自身的社交环境息息相关，会受到年龄、职业、社会地位、家庭背景等多重因素影响，因此有一定程度的阶层限制，有研

究表明，疾病救助类公益众筹中发起者为医生、老师、公务员、学生等身份会相对较为容易募集到目标金额，而农民、基层工人募集目标金额相对较难。但现实情况中，受到自身阶层限制较多的发起者往往对于疾病的整体负担能力也较弱，公益众筹对其能够发挥的慈善改善效果也最明显。然而当前公益众筹平台并未能关注和解决部分发起者的阶层和信息弱势情况，公益众筹的慈善效用存在着遮蔽性偏差，精准性缺乏，不利于慈善资源得到最优配置，也会使其利他性存在着不平衡的现象，造成公益慈善的“失落危机”。

## 四、公益众筹伦理风险的规避

### （一）构建我国特色公益文化，规范慈善伦理

慈善并非是西方世界的“舶来品”，而是我们民众自古以来的优良品行，要激发民众骨子里与生俱来的温良品行与伦理观念，结合我国具体情况与时代特征，以社会主义核心价值观为基础，挖掘我国优秀传统文化土壤中“仁义”“友善”“互助”“温良”的特质，也要发挥我国传统“勤劳”“感恩”“诚信”的可贵品质，摒弃虚假欺骗与不劳而获，厘清慈善道德中的权力义务关系，将自主自愿的伦理原则贯彻到实践活动中去。这要依靠公益众筹平台、媒体等多元主体的助推宣传。

### （二）完善慈善法规，引进专业志愿服务团队

《慈善法》的推行实施已经开启了公益慈善依法善治的新局面，但随着慈善行业的日益分化与精细，相关配套的法律法规也应及时跟上，例如明细公益众筹骗捐、诈捐现象的相关法律责任与惩处规定。与其他行业一样，公益慈善同样需要规范化、专业化管理。慈善行业 and 平台本身需要细化对于益众筹各环节规章制度，并且对于当前遮蔽性偏差等问题，可以引入社工和志愿服务团队，针对公益众筹项目进行精准指导，既可以帮助需要群体扩大宣传，完成目标，也可以帮助阶层弱势群体克服信息技术壁垒，促进慈善资源的合理配置。

### （三）促进慈善监督嵌入公益众筹全过程

要建立多元主体的监督管理机制，相关官方部门对于公益众筹项目及时抽检，平台本身要加强项目发起准入资格审核，将机器审核和人工审核相结合，设立公益众筹违规现象黑名单；建立公开透明的众筹机制，兼顾个人信息保护与必要信息追踪公示；对于众筹资金可以进行第三方委托管理，把控资金流向，及时公布资金明细；此外可以更好开放公众监督渠道，预防诈捐骗捐等问题，从而缓解公益众筹的信任危机，进而抑制社会不良风气，更好地发挥公益慈善的社会价值。

## 参考文献：

- [1] 张登皓. 慈善歧视及其治理[J]. 华侨大学学报(哲学社会科学版), 2020(06): 80-92.
- [2] 张登皓. 论慈善的伦理风险及其规避[J]. 浙江学刊, 2021(04): 163-171.