

《慈善法》施行，首批13家网络募捐平台“持证上岗”

网民从此捐上“放心钱”

本报记者 卢泽华

慈善法



网络慈善亟待规范

“去年身边的一个朋友说妻子患了重病要花很多钱，就在网上募捐，很多人都捐了钱，我也捐了。可今年人家却买了一辆车，我心里挺不是滋味。”日前，一名网友在微博上这样“吐槽”自己参与网络捐款的经历。

如今，随着网络的普及，慈善事业也步入了互联网时代。网络慈善已经成为最活跃、最高效的慈善形式之一。从微博到朋友圈，从“腾讯公益”到“淘宝公益”，网民都能够方便地获取救助信息，并且随手点击就能完成捐款，献出自己的爱心。

然而，网络募捐在方便大众参与慈善活动的同时，也成了网络诈骗的温床。8月9日，河北省邯郸市警方抓获以假冒“中华慈善总会”的名义骗取捐款的蒋某。9月6日，腾讯协助安徽、吉林两地警方，打掉了两个以慈善为名的特大诈骗团伙。

屡禁不止的“网诈”行为，让捐献爱心者“寒心”的同时，也对中国的慈善事业产生了不少打击。因此，近年来，通过法律规范禁止以慈善为名行使诈骗的呼声一直很高，而此次《慈善法》的正式施行并对网络慈善进行规范可谓是“千呼万唤始出来”。

募捐平台“持证上岗”

此次慈善法对于通过网络开展募捐，有了明确的规定。比如《慈善法》第23条规定：“慈善组织通过互联网开展公开募捐的，应当在国务院民政部门统一或者指定的慈善信息平台发布募捐信息”。这意味着以后慈善团体要在网上发布募捐信息，只能通过国家认定的募捐平台。

“如果慈善组织在未经指定的平台上发布公开募捐信息，我们将对慈善组织依法予以处理。”民政部社会组织管理局副局长安宁说。

据了解，为配合《慈善法》的有关规定，民政部于今年4月份就启动了慈善组织互联网公开募捐信息平台指定标准的研究工作，经形式审查和专家评审，从47家递交申报材料的网络平台中确定了腾讯公益网络募捐平台、淘宝公益、蚂蚁金服公益平台、新浪微公益、中国慈善信息平台等13家互联网募捐平台。

对于这13家“持证上岗”网络募捐平台，《慈善法》对其职责义务也做出了相关规定，比如在慈善法第27条中，就规定了网络服务提供者应当对利用其平台开展公开募捐的慈善组织的登记证书、公开募捐资格证书进行验证。

而在“个人求助”这一公共关心且较有争议的问题上，《慈善法》也进行了弹性规定。“对于个人求助《慈善法》也做了开放式的规定，他可以在媒体上发布这种信息，但是媒体应该履行相应的责任，就是要向社会公众进行风险提示。”安宁表示。

“×××突患癌症，巨额治疗费花光家里积蓄。希望好心人出手相助。捐款账户……”这样的求助信息在网上并不少见，当笔者在新浪微博的搜索页面输入“募捐”二字时，就能弹出150余万条搜索结果。然而，网络募捐在为许多无助的人“救急难”的同时，也为诈骗滋生了土壤，这让很多善心民众赔了钱也伤了心。

日前，《慈善法》正式施行，民政部组织开展了首批慈善组织互联网募捐信息平台遴选工作。13家网络募捐平台获得“官方认证”，这意味着网络慈善即将进入“固定入口、统一监管”时代并随之规范起来。

为网络慈善监管把关

对于这首批13家互联网募捐信息平台，未来民政部门将如何进行监督和监管？

对此，安宁表示，目前正在建立平台定期报告制度和退出机制，同时依法受理社会举报，并严格查处。

“第一，政府部门的监管，目前正在建立平台的定期报告制度，还要有退出机制，同时，我们依法受理社会的举报，并严格查处。第二，推进行业的自律。我们想鼓励这些平台共同研究、制定并推动实施基本的技术标准、基本的服务规范，以便为慈善组织提供更加公平和优质的服务。第三，平台的监督还是需要靠社会来监督。”安宁说。

在民政部门的统一监管下，未来人们通过网络募捐平台捐款将更加规范化、透明化。

以这次被认证的13家慈善组织互联网募捐信息平台之一的“淘宝公益”为例，当笔者打开“淘宝公益”网页，随手点击进入“浙江省大学生助学计划”的网页时，募款组织的认证信息、捐款去向说明、票据流程等信息均能详细展现，捐款过程也十分方便快捷，在3分钟内就可以完成捐款。

据安宁透露，未来民政部门还将进一步完善有关网络慈善的相关管理工作，力争在2017年底初步形成慈善组织管理的基本体制。“下一步，我们还将按照《慈善法》的授权，着手研究制定“慈善组织财产保值增值投资管理”的具体办法，启动统一慈善信息平台的建设。”



拉里·埃里森

移动互联网时代，人们早已习惯于让网上购物、搜索新闻、登录账号、甚至ATM取款成为个人生活不可或缺的一部分，却鲜有人会想到，这个轻轻一点就能搞定个人信息的数据库系统，背后是一个帝国企业——甲骨文，世界上最大的数据库软件公司，仅次于微软的世界第二大软件制造商。然而与甲骨文这种默默努力的企业印象形成强烈反差的，是其极具传奇色彩，即使在硅谷这个怪咖云集的地方都略显另类的创始人——拉里·埃里森。

回顾拉里·埃里森32岁以前的人生：读了三个大学，没获得一个学位文凭，换了十几家公司，老婆也离他而去……这一切足以给他贴上一个失败者的标签。1944年出生于美国曼哈顿的埃里森是犹太裔美国人，由于埃里森出生时的未婚妈妈只有19岁，还没有能力抚养他，于是将埃里森送给舅舅一家抚养。学生时代的埃里森不仅没有显示出超常的素质和成绩，而且与其他同龄人比起来他的性格非常胆小孤僻，独来独往。

1966年，埃里森来到加州的伯克利，准备就读研究生。在那里他开始打工赚钱，同时自学电脑编程——正式开启了它的互联网之旅。然而他并不想投身高科技，只不过想赚些生活费。关于学位，埃里森认为：“大学学位是有用的，我想每个人都应该去获得一个或者更多，但我大学没有得到学位，我从来没有上过一堂计算机课，但我却成了程序员。我完全是从书本上自学编程的。”

1976年，IBM的研究员发表了一篇里程碑的论文《R系统：数据库关系理论》，奠定了关系型数据库软件的理论基础。不过IBM的研究员大多为学术背景，并没有重视这篇论文背后的商业价值，这就便宜了此前就开始从事数据库相关研究的埃里森，他在拜读之后被其内容震惊，敏锐地嗅到了商机并立刻着手开发它的商用软件系统。1977年，正处于第一段婚姻终结又被公司开除的埃里森，用自己的全部身家1200美元和朋友合伙创立了“软件开发实验室”，即甲骨文的前身。至此拉里·埃里森终于为他前32年的失败人生画上了一个句号，同时也为自己的未来提供了成为硅谷首富的可能。

如果拿埃里森所钟爱的帆船运动来比喻，那么他就是甲骨文这艘帆船的船长，只不过行事作风上更接近于海盗。为了让公司的产品占得先机，埃里森选用金币作为公司软件推销员的报酬，因为美元会贬值，但是金币不会。果然全球各地的推销员斗志昂扬，以每年100%的增长速度，让甲骨文的产品席卷了整个世界，而海盗头子埃里森找到了市场海洋里的金山。

2014年9月，时年70岁的拉里·埃里森宣布辞去甲骨文首席执行官一职，但将继续担任甲骨文执行董事长兼首席技术官。这个互联网界的海盗船长，依旧会集中精力维持霸主地位。

拉里·埃里森：互联网界的海盗船长

张致毓

云中漫笔

不知从何时起，在地铁站常常遇到举着手机的年轻人，诚挚邀请扫一扫二维码，支持他们的创业项目。最初还抱着极大的热情听听介绍，时间一长，类似剧情频频上演，扫码的耐心便耗光了，只得摆手婉拒：对不起，没兴趣。

上网一搜，对于此类“扫码支持创业”的戏码，不少网友都持反感或怀疑态度。一是觉得方式老套、不胜其扰；二是担心其中有诈、信息泄露。简而言之，大家希望创业者多点真诚、少点套路。关注可以，扫码就算了。

另一个引发争议的话题，是餐厅里的“扫码付小费”。只要扫一扫服务员胸前的二维码，就可以为其支付几块钱的小费。有的服务员甚至主动请顾客扫码，让没有给小费习惯的国人颇感尴尬。

事实上，类似的小费制度已渗透进与移动互联网密切相关的服务行业。在餐厅小费之前，快递、网约车、外卖等行业都出现了小费制度。比如，在滴滴打车支付时，可以选择给司机打赏；在百度外卖，也可以给外卖小哥送几元钱的“小礼”。

走出“扫码”迷思

刘 晓

为何餐饮行业收小费，就引来很多不同的声音？一方面，人们对于传统行业的惯性思维，不太能够接受这样的“创新”；另一方面，在餐厅付小费需要扫码，而扫码本身，似乎就暗藏了一种半强制性的意味。如果商家再“好言相劝”，就更增添了消费者的恶感。

如今，人们好像陷入了“扫码症候群”。扫码支付、扫码关注、扫码观看、扫码登录、扫码进群……移动互联网时代，二维码简直成了无所不能的“神器”，诱惑人们探寻其背后的内容和讯息。

扫码真是再方便不过了。地铁站的创业者，不用发传单，就可以俘获用户；传统媒体通过二维码，极大拓展了报刊的内容；消费者兜里不必揣现金和银行卡，路边摊煎饼果子都可以手机支付。

当然，二维码里不仅有黄金屋，也有窃金贼。因扫码泄露个人信息、遭遇诈骗的案件不在少数。对普通用户而言，很难分辨长着一样面孔的二维码，哪些是“好码”，哪些是“坏码”。

作为一种工具，二维码本身既非天使，也非魔鬼，关键在于如何合理合法地使用它。如何用通过扫码便利生活、创造机会，是相关行业从业者应该思索的问题。一旦让用户陷入“扫码疲劳”或是“扫码恐惧”，恐怕只能得不偿失。

可以预见的是，在更高等级的“三维码”现身之前，二维码仍将越来越多地占领人们的生活。在利用和享受扫码便利的同时，我们不妨思考一下，不扫“码”是否也能扫天下？

“面对新媒体技术发展的浪潮，日本华文媒体在很早就开始了大胆的‘自我革命’。”《日本新华侨报》总编辑蒋丰在接受海外网记者采访时说。

新技术为华媒提供新机遇

海外网 刘金鹏

日本华媒“自我革命”

在谈到日本媒体融合转型的现状时，蒋丰坦言，由于日本社会读书看报的传统根深蒂固，以及老年人口占比较大等原因，日本传统媒体的转型相对保守。虽然日本年轻人也开始广泛运用推特、脸书等社交媒体工具，但是尚未在全社会形成风气。不过日本的华文媒体在很早就开始了大胆的“自我革命”。

“作为主要面向华人的媒体，我们必须跟上中国人的阅读习惯。除了继续发展报纸、期刊等传统模式，很多华媒开始建立自己的网站。日本华文媒体正通过探索多种传播形式，源源不断向汉语圈地区提供着最快、最新的日本新闻及在日华侨华人动态。”蒋丰说。

目前，国内方兴未艾的“直播”、“VR”、“无人机”等技术为媒体报道形式提供全新的思路。对于这些新技术应用在海外华文媒体融合发展的前景，蒋丰同样充满期待。“新技术的发展打破了传统媒体一统天下的局面，以其快捷方便、信息海量、不受时间地点限制、受众门槛低等优势，给传统媒体造成了前所未有的生存危机。但是，这也提高了信息传播的速度

与广度。随着新技术不断升级，这一趋势还将深化下去。多年以来，华文媒体在海外积累了广泛的新闻资源，辅以新技术的高效传播，能够吸引更多的受众参与，同时深入掌握重大新闻事件的各种舆论倾向，拓宽视角，扩大自身舆论引导的影响力。可以说，新技术为华文媒体在新媒体时代做大做强提供了巨大机遇。”

“中国路线”成为机遇

有分析认为，华文媒体由于资金、人员、技术等方面实力还无法与海外本土媒体相“抗衡”。对此，蒋丰则认为，“日本华媒拥有自己的优势”。

蒋丰告诉海外网记者，首先，日本华媒更了解旅日华侨华人的需求，能够有针对性地为他们提供更多、更好的资讯服务，方便他们的学习、工作和生活；其次，日本华文媒体的新媒体运营，要强于这一块相对保守的日本媒体，对于日本年轻人的影响力正在逐渐扩大。近年来，日本华文媒体与日本年轻人越走越近，不断澄清某些日媒的歪曲报道，传递正能量，为未来的中日友好奠定了基础；另外，日本华媒对于很多事件拥有“中国”与“日本”两个视角，在报道内容的丰富度与客观度上要胜过日本媒体，因此

包括日本最大搜索引擎“日本雅虎”在内，很多日本主流新闻网站大量引用转述了华媒的报道与评论，为日本民众看待中日关系提供了更全面、更真实的角度。“尤其在发生热点事件时，我们的电话都快成了‘热线’。”蒋丰风趣地说。

中日两国，一衣带水。那么，日本华文媒体如何在发展中找准“位置”？蒋丰认为，“从各家日本华文媒体的发展历程来看，内容转向日语为主、将重心放在日本读者上的华媒，结果都不太理想。而主打“中国路线”辅之以“日本元素”的华媒，则取得了较大发展。这种状况对日本华媒来说既是机遇又是挑战。虽然为国内读者及旅日华侨华人提供了更多、更好的资讯服务，方便了他们的学习、工作和生活，但是反过来讲，影响力主要局限于华人圈，对日本社会、民众的辐射力还不够。如何在向新媒体的转型中取得平衡，是目前日本华媒面临的重要课题。”

面对记者的镜头，蒋丰不无感慨地说：“做媒体不是那种赚大钱的职业，要想坚持下去并乐在其中，除了新闻理想与信念，还有一种更重要的东西：好奇心。有好奇才有追问，才有了解真相的探索欲望。对世界的探索，对社会万象的探索，对人生百态的探索，恐怕没有比媒体人更适合这一切的职业。”