

“新” 希望工程

马季

作为中国公益事业的头号品牌，希望工程的那双“大眼睛”一直深深地印在几代人的脑海中。希望工程成立于 1989 年 3 月，当时教育“普九”达标运动在全国广泛开展，希望工程的成立可谓恰逢其时。

截至 2012 年，全国希望工程累计募集捐款 87.3 亿元人民币，其中中国青基会筹集善款 31 亿元人民币，共建设希望小学 18002 所。

在希望工程 20 周年之际公布的《希望工程 20 年评估报告》对这一项目评价道：“她不仅以实际行动为促进青少年发展、维护社会公平做出了贡献，还树立了国内民间非营利组织成长的典范，推动了我国公益事业的长足进步。”

积 20 多年之功，希望工程给我国农村地区的教育状况带来了极大的改变，而在这个过程中，希望工程自身也在不断求变。

希望工程：从“起点公平”到“过程公平”

进入本世纪以来，国家在基础教育方面的投入逐年增加。特别是从 2001 年开始实施的“两免一补”政策，基本消除了“交不起学费”的现象。至 2007 年，全国农村义务教育阶段家庭经济困难的学生，均享受到了“两免一补”的政策。

上学可以免费了，但新的问题又出现了。农村家庭的孩子如果不能接受有质量的教育，仍然会在之后的竞争中处于劣势——例如：北大清华这样的一流名校，农村生源的学生数量近年来一直呈下降趋势。贫困家庭为了接受教育而投入大量的资金和时间成本，如果孩子没有因为教育而在劳动力市场上获得竞争力，家庭可能会因此而变得更加贫困，甚至产生“教育致贫”的现象。

“教育无用论”一说的出现，在很大程度上就反映了这样的社会现实。

因此，教育的公平不应该仅包括“起点公平”——每个孩子都有机会上学，还应该包括“过程公平”——每个孩子都能接受高质量的教育。希望小学的建设，的确有力地推动了教育的起点公平，但在推动教育的过程公平方面还做得不够。正是因为如此，从 2005 年开始，中国青基会从两方面对希望工程的项目内容进行完善。

首先，希望工程的关注阶段，从单纯的义务教育阶段，拓展到了高中、大学和职业教育阶段，力图实现“全学段教育”的覆盖。希望工程最初以义务教育阶段为主，后来发现，农村家庭的“因学致贫”主要是从高中阶段开始的。通过这种教育阶段的拓展，希望工程在农村贫困家庭学生最需要帮助的高中和大学阶段，也发挥了非常重要的作用。

其次，希望工程的项目内容，从单纯的“救助”模式，发展成了“救助——资助——发展”的立体模式。希望工程的既往项目以救助为主，例如：援建希望小学、救助失学儿童等。新项目模式下，希望工程除了校舍等基础设施建设，还在图书室、电脑室等优质教育资源方面进行投入，“音、体、美、阅读”等素质教育的课程建设，以及校长、教师培训；“学生资助”也从单纯的给予助学金，向提升学生能力转变，推出了“希望工程激励行动”等一系列提升受助学生综合能力的发展类项目。

“‘受助——自助——助人’三位一体，这是我们公益项目目标的层次。”中国青基会秘书长涂猛说。在中国青基会的官网上，这些不同层次的项目被非常清晰地排列在一起，构成了一套从硬件到软件的、全方位的教育公平支持体系。

企业伙伴：推动转型的主要力量

在整个希望工程项目的开展过程中，企业始终都是一个极为重要的角色。尤其是，对于希望工程的转型，企业也发挥了非常重要的作用。“目前为止近 90 亿元的捐款中，有近 85% 是企业捐赠的。”涂猛说：“企业对希望工程的意义不仅仅是捐赠，更推动了项目的多元化。”

可口可乐公司和中国青基会的合作就是一个典型的例子。作为第一家捐建希望小学的跨国公司，可口可乐与青基会的合作可以追溯到 1993 年。在捐建希望小学之后，可口可乐发现仍然有很多问题没有解决，尤其是教师素质亟待提升。于是，当 1995 年中国青基会最早在上海举办全国希望小学教师培训中心时，可口可乐就与青基会合作，推动教师素质培训。到目前为止，该培训中心已经培训乡村老师数万余人。

宝洁公司与中国青基会的合作也很有代表性。截至 2013 年 10 月，宝洁公司共向希望工程捐款 7600 余万元人民币，带动了地方政府 1.42 亿元的投入，在中国 28 个省（区、市）捐建了 207 所宝洁希望小学；除了在基础硬件方面的投入，宝洁公司还在音、体、美等素质教育的课程研发方面，与中国青基会开展了诸多的创新性探索。

宝洁公司与中国青基会的下一步合作重点，将是进一步完善已建成的两百多所小学的生活设施，例如：学生宿舍、厨房等，并继续组织小学校长、教师培训，特别是音乐、体育和美术教师的培训，提升素质教育质量。此外，十八届三中全会后，城镇化建设将大力推进，城镇化过程中的文化建设将是难点，宝洁公司和中国青基会也将尝试依托这些分散在全国的希望小学，建设服务新农村的社区文化中心。

公益市场：从“公益寡头”到“自由市场”

希望工程的转型，不仅是为了满足不断变化的社会需求，从某种程度上来讲，也是为了适应竞争越来越激烈的公益市场。

在公众的视线里，希望工程近些年来不再像以前那么“有名”了。“这是一个好现象，”涂猛说：“这说明公益市场开始繁荣了。”2004 年以前，由于基金会的成立条件较为苛刻，整个公益市场基本上被少数的基金会垄断，在那个“公益寡头”的年代，很容易成就希望工程这样的品牌；2004 年《基金会管理条例》颁布后，新的基金会如雨后春笋，公益市场开始繁荣，越来越多的公益品牌开始涌现。捐赠人也开始有更多的选择——很多企业和个人甚至选择成立自己的基金会，直接运作公益项目。

虽说“公益寡头”的状况已经不再，但希望工程的影响力依然很大。“以前我们名气很大的时候，可能一年也就五六千万元的捐赠收入，2013 年我们的捐赠收入将近 4.78 亿元，”涂猛说：“公益市场的繁荣是个特别好的现象，希望工程也一直在快速成长。”

希望工程在激烈竞争中的快速成长得益于多方面因素。虽然基金会的数量在过去十年迅速增长，但社会捐赠的增长更为迅猛：民政部统计公报显示，2007 年全国各类基金会共接收捐赠 40.5 亿元，至 2012 年短短的 5 年时间，这一数字就增长了 6 倍多，达到了 305.7 亿元。其次，希望工程在“公益寡头”阶段积累了大量的企业合作伙伴，并常年保持着良好的合作关系，这些企业不仅是希望工程的固定捐赠者，更推动了项目的不断完善。依托团委系统和全国各地青基会，中国青基会有着非常强大的组织资源和执行力，项目的执行效率高，这些都是捐赠方非常看重的要素。

希望工程变得更加“富有”，这意味着它有更好的条件，同时也有更大的责任去做好项目转型的后续工作。

民间公益：不是补漏，而是引领

有人认为，相对于政府职能，民间公益只是“查缺补漏”的角色，其实事实并非如此。

民间公益项目具有灵活、专业的优势，它们在某种程度上比政府部门更能敏锐地发现并及时应对新生的、多样的社会需求。一个很好的模式是：由民间公益项目探索前沿的项目模式，在这一过程中带动政府投入，当运作模式成熟后，交由政府持续开展，固化为政府工作的一部分。

希望工程的产生和发展，正是这一模式的现实案例。希望工程刚推出的时候，学生资助和学

校建设还是政府投入相对较少的领域；随后政府推出的“两免一补”政策，不应该看作是政府在抢占民间公益活动的空间，而应视为民间公益引领政府行为的成果。希望工程转型的本质，其实就是将已经探索成熟的工作（教育的起点公平）交由政府全面开展，然后自己再转投到新的领域（教育的过程公平），继续前沿的探索，并继续引领政策导向。

从这个意义上来讲，“新”希望工程不是一项“新工程”，而是一项“创新工程”，是一项需要随着社会发展，不断完善和丰富的系统工程——这既是希望工程的光荣，也是它的挑战。