

三亚草根 NGO “蓝丝带”的成长路径图

(上接 B2 版)

孙冬说,“中国有 1.8 万公里大陆海岸线,加上岛屿海岸线有 3.2 万公里,如果海洋卫士招募足够多,达到每公里 1 名,那将是一股巨大的力量。”说到这,孙冬明显兴奋起来。

凭借这“三级跳”,成立时间很短的“蓝丝带”成功脱颖而出。

那些感动人的“蓝丝带们”

说起这次中国行,赵淑颖将之形容为“这是一次长征。”她在海大三亚学院时,加入了学校环保社团“啄木鸟”,并以志愿者的身份参加过“蓝丝带”的活动。

毕业后,她进入“蓝丝带”协会,这是她的第一份工作。“我学的是市场营销,真心喜欢环保活动,曾有机会到三亚一家五星级酒店当总经理助理,工资也高很多,但我没去。参加中国行后,发现这个舞台比我想的还要大,这份事业比我想的还要有意思,常常感动于心。”跟她一样,五六名同学毕业后都进入协会工作,每月工资约 2000 元。她将这看成事业而不是职业,6 月 26 日,当车到达青岛时,这位已很久没有回家的山东姑娘很想回家看看,但最终只是路过家门。

赵淑颖只是“蓝丝带”们之一。据不完全统计,仅三亚市,先后参加过“蓝丝带”活动的志愿者就有 5000 多人。三亚的几所高校均成立了“蓝丝带”志愿者服务社,三亚学院就有上千名。

中国行一行到达上海后,因时值世博会,上海严格控制户外大型活动。但当地长江校友会奇迹般地世博会唯一指定宣传场地徐家汇区港汇广场拿到了场地,而且分文未收。明星人物周立波也应邀而至,成为上海的第一个海洋卫士。在南京,另一个明星人物孟非也出场,成为南京第一个海洋卫士。

协会办公室主任边玉琴是位北京某机关退休干部,定居三亚后也加入了协会。她说,出发前带了 100 多本大证书,让海洋卫士集体签名,竟然签满了 86 本。

青岛活动是在著名的五四广场进行的,赵淑颖目睹了一对千里追随“蓝丝带”的西安母子。丁女士和儿子并非青岛人,儿子还没放假,趁着周末专程飞来青岛参加活动。丁女士说,希望儿子从小就能有一颗公益环保的心,让公益环保成为他的自然意识,成为日常生活的一部分。儿子说,虽然西安不靠海,但海洋生态环境的好坏依然和每个人息息相关,每个人都可以从生活点滴中做出对海洋环保有利的事情。

孙冬观察到,随着活动的推进,各地官员的态度也发生了变化,从怀疑,到支持,到热情参与。山东省政府副秘书长、省机关事务局局长张泽忠年初就从长江校友会那得知,“蓝丝带”将发起海洋环保中国行活动,当场就表示队伍进入山东后将到场参加。活动当天,他不请自到,并在五四广场发言,号召所有山东人来保护海洋。“我能感动他的,最主要是活动是公益性的,无任何个人利益,但又与每个人息息相关。”孙冬事后说起此事仍感慨万千。



很多这样的老人成为“蓝丝带”中国行的志愿者。

“蓝丝带”的三亚力量

“蓝丝带”以三亚为发轫,形成一股强大的“三亚力量”。

“蓝丝带”巧妙借用了强大的政府资源和传媒资源。从国家海洋局,到海南省及三亚市委市政府相关部门,再到各种报纸、电视、网络、杂志等媒体资源,在“蓝丝带”的多个活动场合,均能找到这些单位的位置。

“蓝丝带”团结了一批特殊的志愿者。三亚市老教授协会罗九如教授、国家海洋局环保司前司长李景光和新闻办工作人员于瀛、国家海洋局南海分局副局长李航、三亚学院老师罗建军、海南省海洋与渔业厅环保处处长陈刚、相声演员姜昆、裕景企业管理咨询咨询公司首席咨询师韩玉……

当年,李航想写一篇关于海洋 NGO 的论文,经国家海洋局推荐到“蓝丝带”调研,从此结识并成为忠实的志愿者。《呵护蔚蓝——“蓝丝带”之歌》就是他与韩玉合作创作的。在参加老教授协会的一次座谈会上,协会向“蓝丝带”推荐海洋专家罗九如教授,这位七十多岁的老太太加入“蓝丝带”并介绍了一些自己的朋友参与。赵淑颖说,因很多特殊的机缘,一连串下来,这些人都成为特殊的志愿者。

“蓝丝带”团结了一批有社会责任的企业与企业家阶层。中国移动、南山、携程、中加海产、中国网通、亚龙湾股份、建设银行、南方航空、天涯在线、天涯海角,以及一大批酒店等。孙冬说,长江校友大都是社会政商精英阶层,他们越来越具有人文情怀、环保意识和社会责任感。

“蓝丝带”团结了一大批最草根的“环保公民”。最常见的是在校大学生和社区群众。按照“蓝丝带”的设想,全国范围内将招募 3.2 万名海洋卫士,每名卫士“认养”一公里海岸线,将中国的海岸线看护起来。

边玉琴说,我们是在团结一切可以团结的力量。



“蓝丝带”志愿者参加海南岛欢乐节。

如果一提到“蓝丝带”,一看到“蓝丝带”的标志,公众头脑里就会出现海洋环保的概念,那“蓝丝带”就算成功了。

孙冬： 想为海南 NGO 摸出一条路子

文\海南日报记者 吴钟斌

坐在三亚河边的一个咖啡馆里,孙冬一脸疲惫。很少抽烟的他,一根接着一根。

他刚回来,带领 29 个人,分乘三辆车驱车行程 1.8 万公里,完成了一次环中国海岸线环保宣传的唐吉珂德式的壮举。

孙冬是无意间涉及公益环保领域的。他是三亚南山大小洞天发展有限公司的总经理,原本只是想将“蓝丝带”叠加在企业理念里推行,但不经意间叠加了太多的责任,“我现在感觉非常累,这种感觉就像在火上烤,也想撤,但已撤不下来了,不做不行了,只能往前走,看能不能为海南的 NGO 摸出一条路子来。”

事实上,当初发起关注海洋环保活动,仅仅是想从企业的角度出发。因为大小洞天是一个滨海型的旅游区,如果海洋环保做不好,企业也不可能获得持续发展。

尽管很疲惫,但一说到环保,孙冬精神仍然为之振奋。在中国,有几个著名的民间组织,一个是“红丝带”——专注于预防艾滋病,通过濮存昕的形象进入公众视野;另一个是“粉丝带”——专注于妇女健康。

在孙冬设计的理念里,如果“蓝丝带”能走到这一步,就算非常成功了;不要做过多的介绍与解说,一提到“蓝丝带”,一看到“蓝丝带”的标志,公众头脑里就会出现海洋环保的概念。

海南的理念走在全国前头

海南周刊:听说,这么大规模的环保宣传行动国内是第一次?

孙冬:国家海洋局说,此次“蓝丝带”海洋环保中国行是迄今为止中国海洋保护历史上规模最大的一次全国性海洋宣传的活动。为了活动顺利进行,国家海洋局甚至向相关省市发了一个函,这种支持力度是非常大的。

海南周刊:如此壮举始发地为什么会是海南?

孙冬:我想与三亚一起推行的国际化营销策略有关。相比于国内发达地区,三亚经济仍欠发达,但在理念上三亚并不落后,相反某些方面具有前瞻性的国际视野。城市营销需要国际化的理念,民间环保组织也需要国际化的理念。国内某些 NGO 因为理念上与当地格格不入,生存土壤并不好。但“蓝丝带”不一样,三亚当地政府很支持,企业也积极参与,逐渐培育了厚实的生存环境。因为这里有一个公共交叉点——公益。

海南周刊:活动具体是怎么影响到各地的民众来关注海洋?

孙冬:一个是提高大家对海洋的认识,在经过的沿海 14 个城市,一般都会会有一个户外广场活动,宣传海洋保护的基本知识,比如什么叫赤潮、生活当中如何减少废弃物污染的排放等。其次,沿途也作了一个问卷调查,主要是了解当地居民和市民对海洋的认识以及是否已经建立起海洋保护的这种意识。第三,沿途招募了一批海洋卫士和海洋保护志愿者,总共招到了 2000 多名,以后慢慢完善,通过网络我们以后会做很多海洋岸线的监控工作。

海南周刊:“蓝丝带”组织发动了这么多活动,是不是也寄托着你的某种理想?

孙冬:确实作了很多活动,全是公益性的。我认为,通过不断的叠加,是可以提升公民素质的。在海南建设国际旅游岛的大背景下,通过一个民间组织的努力与实践,在注重海洋环保的一个平台上,多多少少唤起公民意识的觉醒,这是非常必要的一件事。而且,有时候民间组织能起到政府部门起不到的作用。

NGO 也可像企业那样运作

海南周刊:这次你有效地整合了一些优质资源,助推了环保中国行的成功,那么下次呢?

孙冬:可以说,这次是我“化缘”得来的,包括资金与资源,但不能每次都这样。“蓝丝带”是一个草根环保组织,需要良性发展,才能发挥更大作用。我认为,运作 NGO 也应该像运作企业一样。

很多人不愿把公益组织与赚钱等同看待。我认为,如果赚钱是为了把公益活动做得更好,也是可以的。打个比方,“蓝丝带”建一个网站,网站维护需要钱。“蓝丝带”最终的规模是招募二万名海洋卫士,这些卫士需要统一的服装,统一培训教育,统一发放资料等,就算每人 100 元,也要二三百万元。每年在每一名卫士身上投入 1000 元呢,那所需的资金就更大了。所以说,NGO 也需要造血。

海南周刊:从三亚起步,“蓝丝带”不断往外走,有没有更大的打算?

孙冬:“蓝丝带”一年一个脚步,全国环保行结束了,我们正考虑走向境外,时机成熟一个推一个,真正将三亚“蓝丝带”推上国际舞台。到那时,可以向全世界宣告——中国民间巨大的力量在进行海洋环保事业。而且,这个组织的总部在海南三亚。