



【A类申论必做模拟题（一）】



华图教育24小时为您答疑解惑

【给定资料】

1. 从2016年7月开始，S市进行社区服务社会化试点，采取了一系列创新性措施，几年多的时间各级共投入了1.5亿元，取得了良好的效果。

微信页面向下一滑，最近使用的小程序一目了然。这些程序中，S市G区白洋湾街道玉景湾社区居民比较常用的一个是“U+Family玉景湾”，橘黄色房子图标简洁明了，设计和运营小程序的是S市众合社会工作事务所。

“虽然在社区都创建了微信群、微信公众号，但还是有居民反映不方便。所以我们开发了微信小程序，解决微信群范围小、不宜记录，公众号只能单向提供服务的弊端。”S市众合社会工作事务所负责人J表示，社区小程序点进去可看办事指南、公共资讯、活动列表，也可预约服务、在线咨询。不仅有线上服务，还在线下创建了“健康小屋”，满足社区年轻人多、孕产妇多，对生育健康的咨询、辅导需求。

像众合社工事务所这样在社区提供多项服务的专业社工机构，在S市已经有65家，800名全职社工服务10个区（市）、所有街（镇）、521个社区（村）。而2016年第一批试点时才9个社工机构，覆盖5个城区、9个街道（乡镇）。

按照S市2016年出台的《关于全面推进社区服务社会化的试点方案》，社区服务社会化项目的基本任务以公共性、公益性和专业性为核心，采取街道打包、社区落地、试点引路、以点带面的方法，

向专业社工机构购买服务，为特殊人群提供专业化服务、解决社区治理难题、推进居民自治，推进城乡社区服务社会化全覆盖。这一举措解决了公益创投项目单一、周期短、碎片化、经费有限等问题，也倒逼政府加大向社会力量购买服务的力度，推动专业社会工作发展，也有利于社会组织的发展壮大。

几年来，S市社区服务社会化试点已进行到第三轮，累计投入1.5亿元。项目服务内容主要包括基础、调研、增能、治理4大类，涵盖20大项、90细项服务。20大项包括10类特殊群体，3项调查研究：社区需求调查、社区资源调查、社区社会工作研究；3项增能服务：社区志愿者队伍培育、社区社会组织培育基地托管运营及组织培育、社区工作者增能培训；4项治理类服务：社区环境治理、社区公益平台搭建、社区关系网络建设、其他特色服务。

90小项服务最多的就是基础类服务的高龄空巢、残疾人、低保特困、困境未成年人及家庭等10类特殊群体。解决最多的也是他们和社区治理中遇到的“急难小”问题。

从一名只会串串珠子的精神障碍患者到开设“李老师书法课堂”。G区某街道的L，在S市久久社工服务中心社工介入之前，只是在社区康复驿站中做手工活换取一点生活费。社工进入驿站后，了解到他有书法特长还获过奖，就积极与站内的其他患者沟通了解情况，成功开设了“李老师书法课堂”，定期由L带领康复驿站其他成员练习书法。

今年74岁的“裸捐”老警察H，自从“蝴蝶妈妈社工服务”进驻G区双塔街道网师巷社区、成立安安公益慈善基金后，不仅自己成为网师巷社区爱心大使，还兼任安安公益慈善基金的理事会成员。他说：“原先我是参加公益捐款的那一个，现在有了社区公益金，相当于不是我一个人在努力，我们有更规范的形式去进行捐赠，也能拉动更多的人献爱心。”安安公益慈善基金通过社区资源的动员和链接，至今募集63218元，救助10人，协助解决了一些“急难小”问题。

社区服务社会化，不仅是要把10类托底人群的服务做好，更要满足大多数居民对美好生活的其他需求。让更多的社会资源参与进来，把专业的事交给专业的人去做，以提高服务质量和精准度。

截至目前，S市级各社工机构服务各类弱势人群超过万人次，开展社区工作者能力提升活动170余次，培训社区工作者5100多人次；创建17个社区公益金，募集资金超过100万元；协助街道和社区解决了160余个治理难题，其中120多个初见成效。

S市社工机构进驻各社区搭建“三社联动”线上线下实体化平台，创立社区公益金，自办社区公益报，开发社区资源地图电子版，多元共治餐厨垃圾、共建楼道文化、共推社区营造等的同时，还发掘出一批志愿者，培育出一批社会组织和社工队伍。

在S市，上门探访、搞文艺活动的不一定是社区工作人员，不少是小区居民。

地址：盐湖区中银大道福瑞特超市对面华图教育7层

电话：0359-2625261

娄门街道的社区高龄独居、孤寡失独老人很多，精神层面的需求很大，为了有效开展社区探访，清流社工入驻娄门街道承接社区服务社会化服务项目以来，社工们有意识地链接志愿者资源，形成了一个固定志愿者30人的睦邻志愿者服务队伍。

志愿者队伍成立之后，社工对团队成员在志愿者管理制度、价值观、活动策划、入户探访、人身安全、团队建立等方面进行了系统性的培训，并带领大家共同制定了队伍专属帽子、专属工作证、专属服务证、专属微信群。伴随着团队能力的提升，志愿者的服务热情也逐渐高涨，开始自行组织招募居民开展晨练健康操活动、冬至包馄饨送爱心、新春对联送福等慰问孤寡老人的活动，并逐渐使之成为月度常态化活动。

目前，S市通过社区服务社会化工作已培育各类社区社会组织108个，招募社区志愿者2000多人，搭建社情民意等各类三社联动平台25个；根据居民需要，提供400多场次公益增值服务，超过12000名居民及家庭成员参加。

社工机构在绞尽脑汁激发、增加社区活力的时候，社会工作机构也得到了锻炼和发展。全市具有专业能力的民办社工机构由两年前不足20家，全职社工不足百人，现在跃升到90余家，超过1500名全职社工，并吸引了来自广州、深圳、上海等一批有实力的社工机构落户S市。全市现有持证社工13450人，其中社会工作者3093人，总数持续保持全省第一。

2. 直播，是一种在现场随着事件的发生、发展进程同步制作和发布信息，具有双向流通过程的信息网络发布方式。2016年，它由传媒界的专业术语变成了一种大家耳熟能详的新潮生活方式，网红、企业、明星、电商……都搭上了“直播”这班快车。用户的不断增长，资本的争相涌入，以及各大平台的相继入场，都显示着直播时代的到来。直播现象为何这么红火？社会组织能否借助它的力量发展飞越？

相关行业数据显示，2015年至今，全国在线直播平台数量超过200家。截止到2016年10月，网络直播行业除孕育出欢聚时代、9158两家上市公司外，斗鱼和映客也已跻身独角兽行列，在方正证券的预测中，2020年网络直播市场规模将达到600亿，有研究甚至认为2020年网络直播及周边行业将撬动千亿级资金。

那么，直播又该如何与公益事业建立联系的呢？我们知道，任何事物的发展都要遵循客观存在的经济规律，直播之所以能够掀起热潮，也是因为它的突发性，即时性，更容易产生吸引眼球的爆点。

而公益事业的透明性一直是开展公益活动时的难点，社会组织如何让捐助者知道自己提供的物资真切地帮助到了需要帮助的人？同样，对于社会组织来说，找到宣传自己的途径也是困难重重，有些

社会组织可能顺利举办了一个精彩的活动，但是影响范围非常小，甚至只局限在某个社区。

直播的介入无疑为这两大问题提供了行之有效的解决方式。但是，在实践的过程中必然还会产生许多其他的困扰，不过，迎难而上不正是我们这些公益人的精神内核吗？

直播，生于娱乐，就像一个喧嚣热闹的大秀场；兴于社交，在高度网络化的今天，一点火苗就迅速引燃了整个行业。直播这种骨子里就带着娱乐基因的视频传播形式，本身就有着巨大的魅力，但更让人着迷的是“直播+”模式的无限可能性。直播可与不同领域、不同行业相结合，带来1+1>2的效果。

各大直播平台玩儿的最溜的当属“直播+IP”模式，从对明星和其他顶部资源的激烈争夺中可见一斑；“直播+电商”模式给诸多网红打开了另外一条生财之路；而在刚刚过去的奥运会时间里，“直播+奥运”模式带动了全民看直播的热情；宝强事件中，“直播+八卦”模式则开启了全民玩直播的潮流……在诸多“直播+”模式中，“直播+公益”的组合不得不说是直播行业的一股清流。

“那些年逃过的美术课，今天全部还给直播了。”这就是近期40位国内一线明星参与“画出生命线”这一公益直播活动时的真实写照，明星们在这场“直播美术课”上边直播边画救护车，画风清奇有趣，粉丝也十分买账，而直播中获得的打赏收入全部捐赠给国内某基金，以资助贫困县救护车项目。

不难看出，以公益为目的，以直播为载体，直播的加入让公益变得与众不同，公益板块的加入也对直播平台大有裨益。双方相互融合到底能够带来什么样的化学反应？

3. 一直以来，大众对公益或多或少存在偏见，认为公益只是明星、大V的事，他们影响力大且出手阔绰，反观自己人微言轻，有公益之心但鲜少付诸实践的人比比皆是。现实的巨大反差，使部分人产生扭曲的心理，认为明星捐款、做公益是理所当然，因为可以提升曝光度，甚至指责明星少捐、逼捐等不良现象层出不穷。

公益，原本是唤醒每个人心中的善良，这也是明星身体力行的初衷，但现在动不动就被道德绑架，其自带的光环效应并未使大众真正关注、参与公益，变味的公益让明星哭笑不得，捐也不是，不捐更不是。汶川地震发生后，刘德华捐款10万引发网友质疑；天津港爆炸发生后，马云被网友指责“为何不给天津捐款”。

公益事业急需改变“明星参与、大众围观”的现状，朝明星带动大众参与的方向迈进，不仅需要解决明星的后顾之忧，而且需要充分调动大众的积极性，在这点上，互联网将会起到重要作用。过去通常是明星零个人在社交平台上发起公益活动，影响力有限，直播的出现改变过去单一的公益模式，使全民参与成为可能，实现了公益效益的最大化。

地址：盐湖区中银大道福瑞特超市对面华图教育7层

电话：0359-2625261

开篇所说的“画出生命线”活动是由一直播与芭莎明星慈善夜强强联合打造的公益直播活动，直播形式的加入无疑为14年如一日的芭莎公益项目注入新活力，而且这样新颖的公益活动也让明星和粉丝都深度投入，在玩的同时达到公益目的。就连在以往公益活动中非常敏感的“钱”这个字，都被“直播+公益”玩出了新花样。

直播中，网友打赏金币和礼物是公益捐赠的来源，但对明星来说，打赏确实有拉低身价的嫌疑，所以，如何让明星做到谈钱不伤感情就变的尤为重要。“公益”是为数不多吸引明星直播的理由，他们不是冲着钱而来，所以将粉丝的打赏用于做公益，会让他们非常容易接受，且打赏金额越高越有成就感。

比如，唐嫣在直播中收获5000万个点赞，“小针筒”、“救护车”等特殊定制礼物更是全程刷屏；小鲜肉黄景瑜的直播尤其火爆，一场直播下来，打赏金额足以购买两辆救护车。

除了这些，直播本身也是一种容易让公众接受的公益载体。以一直播为例，一直播与微博紧密绑定，天然具备媒体属性和社交属性，明星在微博上直接开通直播，置身于社交场中，对于明星来说是多了一种与粉丝沟通的方式，而对于粉丝们来说，爱豆们能否与其实时互动，更是让他们与爱豆的活动产生了强关联，让粉丝的公益之心转化为行动力，在与明星的互动中也为公益出了一份力。

在我看来，直播+公益的最大魅力在于以直播为平台、以公益为载体，全面激活明星和粉丝的内在联系，使原本关系疏远甚至对立的双方处于同一阵营，成为命运共同体，齐心协力为公益出力，这是以明星义卖、捐款为主的传统公益的一次巨大创新。

事实上，优质内容在提升用户粘性的同时，也在悄然改变直播平台的形象。直播平台以明星+公益为切入点获取广泛关注，使越来越多的用户意识到直播作为工具的中立性，正确使用可以使其成为推动社会进步的一股重要力量，而不是一味靠打擦边球吸睛。

换言之，直播+公益可以使平台摆脱低俗、无下限的固有形象，提升平台的整体调性，让受众知道直播平台也有正能量的一面。

4. 公益性社会组织是以促进社会公平正义、和谐发展为宗旨，面向社会公众特别是社会弱势群体，提供公益服务产品的基金会、公益性社会团体和公益性民办非企业单位。彼得·德鲁克认为：“知识社会（后工业社会）需要发挥不同功能并能协调配合的三种器官或称三大部门：第一个部门是公共部门，即政府；第二个部门是私营部门，即企业；第三个部门就是非营利组织，或称为社会部门。知识社会需要培育非营利组织这样一种新型器官，并且必须以不同于政府和企业的角色发挥社会功能。”我国长期以来国家与社会黏合，公益性社会组织发育非常不充分。公益性社会组织发展依赖于我国独

特的经济转型、社会变迁模式、阶层分化以及社会价值观念等因素。当前，制约公益性社会组织发展的瓶颈因素还依然存在，需要进一步改革和完善。

登记管理机关与业务主管单位双重负责的管理体制强化了公益性社会组织的准入条件，造成登记门槛过高。大量社会需要的组织找不到业务主管单位而无法登记注册，导致无法成立。另外，目前公益性社会组织的资金来源主要是会员缴纳的会费，筹资渠道狭窄，单纯依靠社会捐赠或政府资助，缺乏成熟的项目，无品牌号召力与稳定的基金支持，经费紧张、渠道不畅成为制约其健康发展的瓶颈。

一些公益性社会组织的从业人员部分是由非专业人士担任或志愿者兼任、转任。部分从业人员平均年龄高，专业性不强，稳定性较差。尽管高校培养了大批社会工作专业人才，但由于大部分公益性社会组织工资水平较低，社会认可程度不足，专业人才很少从事专业的社工服务，很多毕业生选择其他岗位的工作。

由于社会上对公益性社会组织普遍存在“重发展而轻管理”的误区，只重视某一项公益活动的及时效应，而忽略了公益性社会组织的监督和管理，往往会出现一些问题或违规事件，这就大大造成了公益性社会组织的公信力不高，导致了民众的参与意识不强、参与热情不高。在我国当前特有的社会背景下，民众参与意识不强是公益性社会组织面临的诸多问题中最突出的一个，究其主要原因是由于公信力危机。自“郭美美事件”依赖，各类公益性社会组织相继收到民众的质疑，公益性社会组织一度出现了严重的信任危机。

在L省J市有个小男孩，1岁多时被诊断患有重度耳聋。为给孩子治疗，父母放弃了家里的几亩地，外出打工挣钱，给孩子装上了人工耳蜗，又送孩子进了康复机构。但半年后，家庭收入难以继续支撑孩子后续的康复费用。对于孩子的将来，家长既担心又揪心：中断学习和治疗后，孩子未来会很难融入社会。幸运的是，一个月后，蚂蚁金服与中华社会救助基金会合作，在支付宝爱心捐赠平台上线了区块链公益筹款项目“听障儿童重获新声”，为10名听障儿童筹款。很快，将近5万人次筹集了198400元善款，作为孩子们的康复费用。

这是蚂蚁金服区块链技术支持的第一个公益筹款项目。与以往项目不同的是，通过该技术用户可以清晰地看到善款从自己的支付宝账户流入基金会，再进入执行机构，最后进入受益人的账户全过程，善款去向一目了然。数据显示，使用区块链的公益项目筹款时间只需一般项目的一半，“信任让公益提升了品质也提升了速度”。

5. 近年来，我国的慈善组织蓬勃发展。但遗憾的是，由于透明度还不够，信息不公开、不透明，甚至发布虚假信息进行诈捐的事情时有发生，导致公众缺乏对慈善及慈善组织的认知度和信任感，严

重影响了社会公众对慈善事业的热情和信任。

2018年8月7日，民政部发布了《慈善组织信息公开办法》（以下简称《办法》），并将于9月1日正式实施，这是民政部为落实《慈善法》制定的第五个部门规章。《办法》共二十六条，主要规定了慈善组织信息公开目的和原则、信息公开的内容和渠道以及对信息公开的监管。我认为该《办法》的实施，将为进一步夯实慈善组织信息公开制度；提升慈善组织公信力，构建风朗气清的慈善环境发挥重要作用。

卡耐基基金会前主席卢塞尔曾说过，公益慈善组织要成为“玻璃做的口袋”。所谓“玻璃口袋”就是要钱从哪里来，用到哪里去，都可以清清楚楚、一览无余。透明与公开，是慈善公信力的根本和来源。

“我们的捐款到哪里去了？用在了什么地方？有没有真正到达受困者手中？”这是众多捐助人最关心的问题。如果无法了解到捐款的去向，慈善人士们捐款的热情一定会受到影响。在省城经营五金生意的Y先生告诉记者，“现在遇到事情捐款，我宁愿把钱亲自交到需要帮助的人手里。因为不知道捐款有没有用到该用的地方。”公益慈善组织的不够公开透明正伤害着善良人们的善心。

【作答要求】

一、根据给定资料1，概括S市在推进社会服务社会化中采取的措施。（15分）

要求：全面，准确，有条理；不超过200字。

【参考答案】

1. 服务供给增加，覆盖面广。开设线上、线下服务平台，设立专业社工机构，向社会力量购买服务，推进试点工作，加大投入。
2. 多元参与，提高服务精准度。解决急难小问题，注重专业性，针对特殊群体开设基础类服务，引导社会资源参与，提升服务质量。
3. 发掘志愿者，培育人才队伍。培育社会组织、社工队伍，开展常态活动，提供增值服务。

【作答要求】

二、当下直播行业发展如火如荼，直播行业也开始与公益行业相融合。请根据给定资料2和给定资料3，谈谈你对这一现象的看法。（20分）

要求：观点明确，分析透彻，逻辑清晰；不超过300字。

【参考答案】

我认为该现象值得肯定。理由如下：

1. 直播具突发性、即时性特点，容易产生吸引眼球的爆点。
 2. 直播能让公益事业更透明，提供公开途径。改变大众对公益的偏见。
 3. 能实现公益效益最大化。提供宣传渠道，扩大公益活动的影响力。创新公益模式。调动大众的积极性，实现全民参与。
 4. 直播是一种公益载体，更容易被公众接受。明星带动，提高粉丝的行动力，激活明星和粉丝的内在联系。
 5. 公益内容提升用户粘性，改变直播平台形象。提升平台整体调性，弘扬正能量，推动社会进步。
- 因此，“直播+公益”的融合是一种新模式，值得借鉴。

【作答要求】

三、根据给定资料4，概括我国公益性社会组织的问题，结合实际，提出解决这些问题的对策。（25分）

要求：问题全面，有针对性，具体可行；不超过500字。

【参考答案】

问题：1. 管理体制不健全，登记门槛高；2. 资金来源渠道单一；3. 缺乏专业的公益性人才；4. 缺乏公信力，造成信任危机，致使群众参与意识弱。

建议：1. 完善管理体制。降低登记门槛，提高社会组织注册的便捷程度。2. 加大财政扶持力度，拓宽资金来源渠道。设立社会组织发展专项资金，在税收方面给予优惠。建立公共财政对公益性社会组织资助和奖励机制，引进成熟项目，引导社会资源向公益性社会组织有效流动；3. 培养人才。提高员工待遇和认可度，吸引高素质人才。加强对现有工作人员的培训力度，提升其工作技能。4. 加强自身建设，提高公信力。要建立规范、公开的财务管理制度，对捐赠款物及时向社会公布。积极邀请政府和第三方部门对公益性社会组织的建设和发展状况进行监督，防止渎职行为发生。5. 借助于区块链等先进技术，实现信息的及时公开。

【作答要求】

四、给定资料5中卡耐基基金会前主席卢塞尔说：“公益慈善组织要成为‘玻璃做的口袋’”，

请结合对这句话的理解，以“公开与公信”为话题，写一篇议论文。（40分）

要求：1. 主旨明确，结构完整，思路清晰；2. 内容充实，论述有力；3. 结合给定资料，但不拘泥于给定资料；4. 语言流畅，1000—1200字。

【参考答案】

以公开换公信

“玻璃做的口袋”，指的是公益慈善组织的各种资金走向必须清晰透明，一览无余。而公开，就是把具体情况公之于众；公信，就是公众信用，公信力就是使公众信任的力量。公信对公益组织而言非常重要，关系到公益组织的公共筹款能力。而好的公信来自于公益组织在运作过程中的积累的社会认可和信任程度。可现实中诸如此次疫情中“武汉红会”等负面事件屡屡出现，导致了公信力危机的进一步凸显。而这些事情爆发的关键在于缺少公开，因此，加强公益组织的信息公开工作是提升其公信力的必要选择。

信息公开能够提升慈善组织的公信力。为什么这样说？是因为慈善行为的规范运作，需要自律和严管，而自律和严管的主要途径就是信息公开。信息不畅通，就不能及时问责和纠错，长期以往必然会出现问题。就如同人与人之间的相处，藏着掖着确实能避免掉一些麻烦，但长期以往没有不透风的墙，必然会导致误会越来越深而使得双方渐行渐远。同样的道理，在此次疫情中，捐赠物资去向的不及时公开，导致了物资去向出现问题，最需要物资的协和医院却物资紧缺，武汉红会却一直没有给出合理的答复，最后在网友的调查之后才知道物资的去向，影响了最终的落实效果，造成了群众对红会的公信力丧失。而其物资来源于公民的口袋，公益组织受公民之托履行其责任，具有强烈的“大众化”属性，如果不及及时公开接受监管，确实容易造成严重后果。所以说，信息公开可以让慈善行为更加规范，进而公信力得到提升。

信息闭塞会导致群众对其不信任。当然也有人说，信息过于公开就容易暴露隐私。确实，我们每一个人都是有隐私权的，但在一个正常运转的社会中，只有涉及到个人事务才涉及到保密。而任何一种公共事务，只有公开透明，人们获取了正确的信息，才能做出正确的选择。在这一点上，韩红的基金会却收获了大众的信任，她在采访中的一句话：原来一包方便面都是可以公示的，给了大众信心。一位网友表示，在给韩红基金会捐钱之后每年都会收到基金会的年度报表，哪怕之后再没有捐过。这样的结果不也刚好证明了信息公开的重要性吗？

从另外一个角度来说，问题的暴露永远不晚，发现问题，解决问题，求真务实，方能善作善成。而想要实现这一目标，需要建立一定的公开和问责制度，纵观美国基金会的历史，也是在不断的问题

和磨合中逐渐成熟的。在诸如公益这种公共性实务中，也只有公开透明，接受监督才能更好的获得公众信任，最终促进公信力的提升，让公益事业真正展现“民有所呼，我有所应；民有所盼，我有所办”的美好画面。

华图教育