

Hsinping / October 05, 2009 08:19PM

[上網推公益 伊甸募款成長3成 / 中國時報](#)
[中國時報 2009-10-05](#) 【朱芳瑤 / 台北報導】

社福機構與網路圖文創作團體合作，創造公益募款新模式。時下流行的Plurk (噗浪)、Facebook (臉書)、地圖日記等社群網站也成了公益勸募的新工具。伊甸基金會今年專心衝刺部落格行銷，單月網路捐款金額成長近三成。

現代人離不開網路，為倡導議題並爭取網友捐款支持，開始有社福團體安排專人書寫部落格，主動出擊到各論壇、討論區拋出公益話題，吸引網友參與討論。

今年四到六月，伊甸推動「慢飛天使」遲緩兒療育議題，首次以網路為宣廣主力，結果四月的網路捐款較去年同期成長近三成。

伊甸整合傳播中心公關高子羽說，網路發展初期接觸網路的年輕人，現在已三、四十歲，「不少已為人父母，也是公益捐款主力」。

兒福聯盟資源發展處副主任陳雅惠說，網路的優點是沒有空間或版面限制，能夠與網友做更深入的討論，這是社福團體成本最低的勸募方式。

擁有眾多讀者的部落客也成為社福團體展開合作的對象。兒盟日前邀請廿位部落客觀看公益紀錄片，並將觀影心得PO上網，間接宣傳公益活動。

[至善基金會](#)不定時在社群網站「地圖日記」發起活動，為原鄉蒐集物資，吸引網友響應捐輸。

社福團體表示，傳統勸募多直接訴求社會大眾捐款，相較之下，在網路世界推展公益議題，目的會有所區隔，以讓民眾認識他們為主，其次才是募款，避免宣傳過多造成反感。

高子羽說，微網誌正夯，陸續有社福團體也申請帳號，除了提供公益資訊，偶爾穿梭在網友的噗浪或臉書頁面，聊聊生活瑣事、有趣的電影或新聞，多半是抱著「交朋友」的心情，拉近民眾與公益距離。