

心靈環保與社會價值：「變革理論(ToC)」與 「以社區為基礎之社會營銷(CBSM)」

「國寶何物？寶，道心也。有道心人，名為國寶。」

故古人言：徑寸十枚，非是國寶。照于一隅，此則國寶。」

日本最澄大師(767-822)

釋惠敏

法鼓文理學院 校長

台北藝術大學名譽教授

法鼓文理學院創辦人聖嚴法師所提出「心靈環保」源自於《維摩經》之「心淨國土淨」的思想。聖嚴法師曾於《法鼓山的方向 II》中說：「『心靈環保』是教我們心淨國土淨，以菩薩的福田來看一切眾生，一切眾生都是恩人，以知恩、感恩、報恩的心來生活，人間就是淨土。」此外，1997年，敝人曾發表過〈「心淨則佛土淨」之考察〉，對當時的研究結論：「自他行淨＝眾生淨＞國土淨」的淨土行，應如何落實在現代而產生社會價值(social value)？並如何開展「寬廣深遠」的尺度？

心靈環保與社會價值：心淨（見解變革）→眾生淨（行為變革）→國土淨（社區變革～社會價值）

2004年10月，敝人於在《人生》雜誌發表「淨佛國土與社區淨土——淨土

行：自他行淨＝眾生淨＞國土淨 —」的拙文。文中提到：「社區淨土」是很重要的目標。所謂「社區」(community)是指住在同一空間地理範圍內的一群人，可藉由各種 communication (溝通)，產生共識、有共同行動能力。這種運用社區組織的社會工作方法，推行社會服務，藉以滿足社區居民的需要，解決問題，並預防問題之發生的社區服務意識或許是社會企業(social enterprise)可以學習與運用的理念。如此，心淨(見解變革)→眾生淨(行為變革)→國土淨(社區變革～社會價值)的「因緣鏈」(causal linkages)，或許與如下「變革理論」(Theory of Change, ToC)以及「以社區為基礎之社會營銷」(community based social marketing, CBSM)有關，分述如下：

變革理論 (Theory of Change, ToC)

在討論「社會價值與影響力」評量方法，例如「在投資上的社會報酬」(Social Return on Investment, SROI)，專家們常會引用「變革理論」(Theory of change, ToC)。這是一種為了企劃、參與決策與評量之特別型態的方法學，被用於慈善、非營利與政府之諸部門以促進社會變化。它先定義長程目標，然後倒推規劃(maps backward)確認其必要諸條件，以描繪短程、中程、常程效果之「因緣鏈」(causal linkages)輪廓，解釋在某一倡議(initiative)之變化過程。已確認的變化，以效果路線(outcomes pathway)規劃，顯示每個效果與其他效果的邏輯關係與時間流程。解釋效果之間的連結之理由或論述為何此效果是另一效果的預備條件。「變革理論」之創新在於區別想要(desired)與實際(actual)效果的差異，以及在他們決定介入之諸形式(forms of intervention)以達到那些效果之前，要求諸利害關係人(stakeholders)先形塑(model)其所想要的效果。如此透過 SROI 可將有限資源量化、追蹤，進行效益評量，以「更有方向感地去解決社會問題」，也容易讓「諸利害

關係人」相互形成良性循環，對社會企業的管理(prove and improve)與發展都有幫助。

這種所謂「諸利害關係人」先形塑其所想要的效果（長程目標），倒推規劃確認其必要諸條件之原因連結輪廓，解釋在某一倡議之變化過程」，從大乘佛教的觀點，「發阿藐多羅三藐三菩提心（生起助人奉獻的決定心）」的菩薩為「成就（變革）眾生」故，必須「願取佛國（理想社會的願景）」（長程目標），修行「淨佛國土（社區變革～社會價值）」社會企業的活動。

以社區為基礎之社會營銷(community based social marketing, CBSM)

我們若參考 Amel et al(2017) *Beyond the roots of human inaction: Fostering collective effort toward ecosystem conservation*（超越不作為的根源：促進生態系統保護的集體努力，*Science* 356）的評析「為什麼改變個人行為是困難的」並且介紹「改變個人的心理工具、個人和集體行動、利用正式的組織來影響個人、通過與自然的聯繫建立生態的理解」等議題，其中提到：「人的行為是由個人內部和外部的力量決定的。情緒，信仰，態度和價值等內部因素在一定程度上影響行為，但是行為發生在包含文化世界觀，社交網絡，地位不平等，政策，腳本，角色和規則的強大背景下。情境是行為的決定性因素，如果行為改變只關注價值觀，情感或知識，那麼如果這種改變不是由個人的社會環境和周圍的基礎設施所促成的，注定會失敗。……改變很難。即使在最令人信服的情況下，人類也不願意改變自己的行為，環境危險也不會引起激勵個人採取行動的緊迫性。不可持續的系統的大規模轉變將比轉移個體行為更加困難，因為與螞蟻和蜜蜂不同，人類沒有很好的能力協調共同利益的行為。但是，有了心理上的自我意識，人們可以解決變革的障礙。」因此，介紹行為科學家所發展之方法--以社區為基礎的社會營銷

(CBSM)，由 Doug McKenzie-Mohr 博士率先使用。它有別於「以信息宣導為基礎(information-based)」的活動，以社會心理學為基礎，並從可持續行為變化在與人直接接觸並在社區層面進行時最為有效的觀點出發，它有五步驟(選定行為、辨識障礙和好處、發展策略、試點、大規模實施與評量)，將適當的變革工具與生理和心理上的障礙相對應，從而抑制特定的可持續行動。其中第三步驟「發展策略」有 7 個領域(承諾、社會規範、社會擴散、提示、溝通、激勵、方便)可以關注。

大歷史，小思考

所謂「全球思維，在地行動」(Think globally, act locally)在有關企業、教育、環保等方案規劃、社會運動時，常用的格局，但我們也可以開展為「大歷史」(Big History；宇宙與生命的歷史)與「小思考」(Thinking Small；從原子、分子到細胞之各種生命運作)的尺度。

「大歷史」(Big History)是近年出現之歷史學觀點，以跨學科方法為基礎，結合自然科學、社會科學和人文學科之多學科之研究成果，檢視從宇宙起點「大爆炸」(Big Bang)到現代世界之約 137 億年之長時間框架背景下，探討了生命、人類存在於宇宙、地球之實證性因果關係。¹它有被講授於大學、中學，也有相關書籍教材，也有相關互動式教學網站，例如：<https://www.bighistoryproject.com/portal>；

「大歷史」的倡議者澳大利亞 Macquarie 大學之歷史學家大衛克利斯汀(David Christian)在 TED 論壇也有發表「18 分鐘內回顧我們的世界歷史」(The history of our world in 18 minutes)講演。²此外，「歷史電視頻道」(History Channel)也有發

¹ 參考《維基百科》“Big History”(https://goo.gl/dmKnP0)

² <http://goo.gl/1gOWfn>

行的「兩小時內回顧世界歷史」(History of the World in Two Hours)紀錄片與 DVD 可供參考。

相對於上述「大歷史」的尺度，分子生物學家馬龍·霍格蘭與插畫家伯特·竇德生在 1995 年合著 *The Way Life Works* (中譯本《觀念生物學》) 所談的主題大多發生在細胞內分子的層級，因此作者提出「小思考」(Thinking Small) 的觀點，從「分子」的尺度來探討生命議題，並且思考從最小的生物到人類這樣複雜的生物，大多可以適用之生命 16 種共通的模式，體會「生命之平等性」。

其中，第 11 個模式「生命反覆利用它所使用的東西」，讓我們省思：活著的這一代事實上是不斷地在利用過去的祖先所留下來的遺產，例如大家早上開車或坐車來學校是依靠著石油，而這石油就是古代生命的殘骸，所以大家一早的活動就如此地靠著祖先留下來的殘骸所形成的石油。而我們所吃的菜與食物其實也都是有賴生命的循環，有一天我們也會到地底下去幫助下一代。

第 15 個模式「生命在互助的基準下彼此競爭」。例如：「葉綠體」和「粒線體」的祖先原本是含有獨立基因組的某種細菌，最初像微小型的掠食者那樣，侵入比較大的細菌當中寄生，雖然剝削它們的細菌寄主，但未造成嚴重傷害乃至死亡。這種「有節制」的掠食行為是演化過程中一再上演的主題，我們也從中看見生物間互相合作的契機。經過一段時日，寄主發展出對入侵者的容忍度，且彼此開始能夠分享對方的代謝產物，最後兩者儼然成為正式的共生者，也就是彼此的存活都離不開對方，這種漸進式的合作為更高等的生命形式揭開序幕。

因此，我個人認為這種「大歷史，小思考」的學習有助於我們從「寬廣深遠」的尺度來了解「心靈環保與社會價值」的議題。