

# 超慈善

## ——中國慈善新時代的特徵及其由來

康曉光

中國人民大學中國公益創新研究院

**摘要：**本文關注最近十年中國大陸慈善領域發生的“一簇新現象”，指出它們具有鮮明的“後現代氣質”，並將其命名為“後現代慈善”。本文建立了慈善模式的通用描述與解釋框架，並用它分析了從“前現代慈善”到“現代慈善”再到“後現代慈善”的演化歷程及其形成機制。本文指出經濟與社會結構的變化以及以互聯網為核心的科技革命是造就後現代慈善的主要力量。本文指出當今中國總體慈善形態為三種慈善模式的疊加，並將其命名為“超慈善”。在超慈善中，三種慈善模式並存，而且均處於發展之中，呈現出重疊發展，疊加創新的局面。後現代慈善在持續發展的同時也在有力地改造原有的慈善模式。

**關鍵字：**超慈善 後現代慈善 現代慈善 慈善 公益

### 一、新現象

最近十年來，在中國慈善領域中，“一簇新現象”爆發性地湧現。做慈善不再是專業慈善組織的“專利”，個人或幾個朋友合夥發起和組織慈善活動蔚然成風（如多背一公斤、隨手拍），做慈善的企業越來越多而且企業做的慈善也越來越精彩（如百勝餐飲集團的捐一元、騰訊的99公益日、阿裡的淘寶公益寶貝計畫），媒體主持的慈善專案也是轟轟烈烈（如新華社的公益廣告大賽、《公益時報》的中國公益年會）。慈善內涵日益多元，不僅關注傳統的社會問題（如扶貧濟困、教育、環保），小眾的需求也受到關注（如罕見病群體），高端的需求同樣受到關注（如健身、朗誦、合唱、臨終關懷、科普、非遺保護）。慈善的方法和工具越來越豐富（如眾籌、線上募捐、捐步數、光碟行動，綠色出行、冰桶挑戰、時間銀行）。慈善組織形式也越來越豐富，非正式組織（如越野E族、夕陽再晨團隊）、網路型組織（如公益籌款人聯盟、河流守望者網路）、基於互聯網的平臺（如騰訊公益、易寶公益圈）、虛擬組織（如米公益）紛紛湧現。圍繞慈善的合作無處不在，慈善領域內部的合作蓬勃發展，跨界合作日益深化。比跨界合作更深刻的

是融合，慈善領域吸納其它領域的要素，其它領域亦吸收慈善要素（如今日頭條尋人公益項目）。廣泛而深入的跨界與融合帶來了慈善的“彌散化”，慈善要素進入各個領域，慈善滲透個人和社會生活的方方面面。原有的各種界限被打破了，出現了一些難以辨識的行動和組織類型（如公益行銷、社會企業、影響力投資），慈善活動與非慈善活動、慈善組織與非慈善組織的差別不再清晰可辨。慈善領域原有的清晰的宏觀結構、運行機制、分工、等級、脈絡、趨勢也不再清晰可辨。大人物、大機構、大媒體、大資本的影響力下降了，崛起的新一代生力軍主宰新興的慈善。與新興社會力量攜手並進的是如日中天的“互聯網+”，它介入一切，改變一切，足跡無處不在，影響至深至遠。原來的**主流、中心、權威、秩序、邏輯**都受到無情地挑戰。慈善治理體系也受到挑戰，尤其是政府管理方式受到嚴重挑戰，面對排山倒海、撲面而來的新現象暈頭轉向、手足無措。

這是偶然地、同時出現的一批新現象嗎？抑或是宣告一個新時代的降生？

這些雨後春筍般噴湧而出的、令人目不暇給、眼花繚亂的新現象，不像是曇花一現的短期現象，也不像是出於偶然地聚在一起，相反，它們表現出鮮明的共性和趨勢性，也許還預示了慈善的未來圖景。

## 二、研究思路

要理解今日慈善的“聚變”，需要遼闊的視野，一方面，要超越慈善的範圍，另一方面，要超越當下的局限。這意味著，不能就慈善論慈善，而要放寬視野，將慈善置於文明之中進行考察；不能就當下論當下，而要以歷史的眼光考察慈善，將慈善置於人類文明歷史之中。這正是本文的方法論。

### 跳出慈善看慈善

為了跳出慈善看慈善，需要建立一個與之相稱的描述與解釋慈善的框架。

慈善是什麼？或者說，如何描述慈善？

所謂“描述慈善”也就是回答如下問題：做什麼？誰來做？拿什麼做？怎麼做？如何治理？

慈善的本質是“利他”。與出於本能的利己不同，利他需要相應的價值觀的支援。價值觀決定了什麼人的什麼需求應該得到滿足。這就決定了慈善活動的目的、內容和受益物件。

慈善要由人來做。做慈善的人或組織就是慈善行動主體。它可以是個人、群體、非正式組織、正式組織、實體組織、虛擬組織。

慈善需要資源，如各類利益相關者的資訊、物資、專業技能、法律條件等等。在市場社會中，最重要的資源是錢，因為絕大多數慈善所需的資源都可以用錢買到。資源不會自動來到“行動主體”手中，需要“動員”。這就需要開發和運用有效的“資源動員方式”。

有了目標，有了行動主體，有了所需的資源，還要有解決問題的方案，還要有方案的有效實施。這就是所謂的慈善專案及其執行。正是通過實施專案，慈善行動主體將各類資源轉變為提供給受助者的服務或產品。

慈善是有組織的集體行動，也是受到管理的集體行動，包括慈善組織內部的管理、慈善部門內部的管理，也包括來自外部的政府和社會的管理。這一切統稱為“治理”。

綜上所述，慈善的“描述指標”包括：價值觀、內容與受益物件；行動主體及其組織形式；資源及其動員方式；專案運作方式；治理。

什麼塑造了慈善？或者說，如何解釋慈善？

慈善的“歷史”與慈善的“環境”塑造了當下的慈善。

慈善“鑲嵌”在民族國家之中。民族國家構成了慈善的“環境”。全球化時代，還要把“國際局勢”加入“環境”之中。

慈善文化是大文化的子系統。慈善文化深受大文化的影響，大文化格局決定了慈善文化格局。“文化格局”這一概念體現了文化的多源性及其融合。民族國家的文化格局決定了它的慈善文化格局。

技術對慈善的影響直接、廣泛而又深遠。前現代慈善、現代慈善、後現代慈善就是對應的技術體系的產物。經濟結構對慈善的影響同樣至深至廣。產業結構通過影響就業結構塑造了社會結構，而社會結構直接影響慈善模式。第三次產業的發展，導致“白領”成為社會中堅力量，並成為今日慈善的“主力軍”。

儘管慈善屬於民間，但是它無法逃脫政治的影響。政府通過法律和政策影響慈善的治理結構和實際運行。在現代社會中，對於任何領域來說，絕對的自治都是不可能的。實際上，隨著時間的推移，國家對慈善的影響越來越大。現代政府在慈善領域的“介入”主要表現為，規定慈善組織的治理結構，規定慈善組織的運行規則，對慈善組織的運行實施監管，為慈善組織提供各種實際支援。當然，慈善組織也會積極主動地影響政治和法律。

全球化時代，各國處於密集互動之中，相互影響無處不在。慈善自然不能例外。一國的文化不僅僅由本土的要素構成，還包含外部的要素。政治和法律也處於緊密互動之中。慈善組織之間的跨國互動亦極為發達。

綜上所述，慈善的影響因素或“解釋變數”包括：文化；技術、經濟結構與

社會結構；政治制度與法律體系；國際局勢。

上述影響因素統稱為“文明形態”。

### 跳出當下看當下

“比較”是一種行之有效的認識方法。本文選擇的比較的“基準點”或“參照系”是“現代慈善”。從“現代慈善”這個“基準點”或“參照系”出發，觀察和理解“前現代慈善”和“後現代慈善”。這樣的“比較”可以視為對慈善的一種“歷史回顧”與“趨勢展望”。

每個時代都有屬於自己的、排他性的、標誌性的慈善模式，稱之為“自有慈善模式”。“自有慈善模式”基本取決於“文明形態”。可以區分出前後相繼的三種文明形態，即前現代、現代、後現代，相應地，存在三種自有慈善模式，即前現代慈善、現代慈善、後現代慈善。慈善的三種模式對應于文明的三種形態。

本文用“總體慈善形態”描述一個時代的慈善的全貌。每個時代都有特定的總體慈善形態。總體慈善形態是歷史的產物，是歷代慈善實踐累積的成果，由曾經存在過的自有慈善模式疊加而成。由此可見，“時間”是一種積極的“建設性力量”。這也就是“慈善的‘歷史’……塑造了當下的慈善”的含義。

本文採用韋伯的“理想類型方法”，<sup>1</sup>描述總體慈善形態和自有慈善模式。關於韋伯的理想類型方法，周曉紅有簡明扼要的評述：（1）理想類型屬於研究者的主觀建構，它既源于現實社會，又不等同于現實社會。現實中的社會現象只能與之近似，不會與其完全一致。（2）理想類型儘管是一種主觀建構，但並不是憑空虛構的，它以理論結構的形式體現著某個時代社會文化現象的內在邏輯和規則。韋伯指出，“這種理想的類型化的概念將有助於發展我們在研究中的推論技巧：它不是‘假設’，但能夠為假設的建構提供指導；它不是現實的一種描述，但卻欲圖為這種描述提供一種明確的表達手段。”（3）理想類型在一定程度上是抽象的，但它並沒有概括也不欲圖概括現實事物的所有特徵，它只是為了研究的目的側重概括了事物的一組或某種特徵。（4）理想類型就價值而言是中立的。韋伯指出，“我們所謂的理想類型……和價值判斷沒有任何關係，除了純邏輯上的完善外，它與任何形式的完美毫不相干。”<sup>2</sup>

### 三、從前現代慈善到現代慈善

<sup>1</sup> [德]馬克斯·韋伯，《經濟與社會》，商務印書館，2010年。

<sup>2</sup> 周曉紅，“理想類型與經典社會學的分析范式”，《江海學刊》，2002年第2期，第95頁。

## 前現代慈善

在本文中“前現代慈善”指農業文明中的慈善。

農業文明的主要經濟部門是農業。傳統農業的主要生產資料是土地（尤其是耕地），而且土地的人口承載量很低。所以，人口被束縛在土地上，主要聚落形態是小規模的村社。個人的活動空間非常狹小，不但地理空間非常狹小，社會空間也非常狹小，而且流動性很低，構成所謂“熟人社會”。知識與生產技術進步緩慢。社會的主要組織形式是大家庭、家族、宗族。借助大家庭和傳統鄉村社區為個體提供各種保障。

前現代慈善一般由地方精英主導。確定救濟物件與需要解決的問題，提出解決問題的方案，籌集資源，組織實施等等，均由地方頭面人物主持。絕大多數的慈善活動是臨時性的，局限於本鄉本土，而且規模不大。從頭到尾由同一個或一群人實施，沒有明顯的、穩定的專業分工，參與者也不是以慈善為職業的人，而是“業餘的”、“兼職的”、不拿報酬的“志願者”。也沒有現代社會中常見的正式的、專門的“慈善組織”。助人者與受助者直接面對面，無需仲介環節。傳統道德構成慈善價值觀，風俗、約定俗成的慣例、明文規定的鄉規民約構成了慈善的行為規範。慈善屬於社會自治領域，政府幾乎不干預，也沒有專門的法律進行調整。但是，問責是高效的，在熟人社會裡，高度透明，沒有秘密，一切醜行都會受到千夫所指，而且被世代傳播。在慈善領域，家庭、家族、村社、宗教組織，發揮“主力軍”作用，政府的作用不大，往往在發生大的天災人禍的時候才會採取行動。

## 現代慈善

在本文中“現代慈善”指工商文明中的慈善。

占主流地位的“工商文明”就是“現代的”資本主義文明。資本主義市場經濟以及由文藝復興確立的人文化、世俗化、理性化，確立了現代資本主義文明的基礎性特徵。資本主義市場，加上以現代科學為基礎的技術體系，有力地推動了工業化和城市化。製造業取代農業成為主導產業。以效率至上、科學管理為特徵的福特製生產方式大行其道。工業化和城市化導致了人口的大規模流動（從農業流向工商業、從農村流向城市），徹底摧毀了以農業為基礎的世代定居的鄉土社會。城市取代農村成為主要的人口聚居場所，相應地，大規模的“匿名社會”取代了小規模的“熟人社會”。個體的獨立性、自主性、流動性空前提高，個人主義價值觀盛行，傳統的大家庭解體，核心家庭成為主要的家庭形態。現代民族國

家成為最大的也是最重要的政治組織形式。與此同時，分化出由政府、營利組織（企業）、非營利組織（慈善組織屬於非營利組織）構成的三大部門。科層製成為覆蓋一切領域的組織形式。個人一生中所需的各類保障，不再由家庭和社區提供，而由社會和政府來提供。

工商文明塑造了全新的慈善模式，即現代慈善模式。

亞當·斯密指出的經濟組織原理——分工與專業化——也支配了慈善領域。社會分化出一類專業機構（慈善組織），其職能是發現問題、提出解決方案、籌集資源、實施救助。“前現代慈善”中的“慈善家”的職能被分割了，“現代慈善”中的“慈善家”僅僅出錢、出物、出力，而不再參與發現問題、制定解決方案、籌集資源、組織實施等環節的工作。在現代慈善中，慈善組織是連接提供慈善資源的人與接受救助的人的“合法的”橋樑。它本身並不是“慈善家”，僅僅是“仲介者”或“中轉站”。

慈善組織採取的組織形式是科層制——有得到政府管理機關認可的法人身份，有正式的章程，有規範的組織結構，有專職工作人員。此類“正式慈善組織”主宰了現代慈善，至少被認為是現代慈善的“主力軍”。

一般來說，絕大多數的慈善組織的專職工作人員，不是業餘的、兼職的、不計報酬的志願者，而是以此為職業並靠這份工作養家糊口的“從業者”。他們本身不是“慈善家”，既不捐款、捐物，也不無償貢獻時間和技能，而是一般的“工薪勞動者”，靠在慈善組織就業謀取一份收入，以支撐自己和家庭的生活所需。

現代慈善也不再是臨時性的、地方性的、小規模的集體行動，而是常規性的、持續性的、大範圍的、大規模的集體行動。理性化——效率至上、科學管理——導致慈善組織追求規模化、持久性，其項目具有大規模、大範圍、標準化、穩定、持久的特徵。

政府深度介入慈善領域，法律發揮著不可或缺的調節作用。政府的主要管理工具，除了立法，還有註冊管理、稅收優惠、審計等等。這也是“大政府時代”，政府大踏步進入慈善領域，從搖籃到墓地，包攬個人的一切需求。一些過去由民間慈善解決的問題，由政府接管了，成為行政職能的組成部分。以往作為人道主義訴求的慈善內容，變為公民的權利和政府的職責，即由法律規定的、由政府負責兌現的公民權利。

在慈善領域中，價值觀清晰、單純而穩定；需求結構簡單而穩定，同樣供給結構簡單而穩定；各類慈善組織分工明確，主次分明，呈現出清晰而穩定的地位結構；總體格局清晰、嚴整、井然有序，而且非常穩定；各種意義的“中心”廣泛存在，而且清晰可辨。慈善領域便於觀察、描述、解釋、預測。

為了鼓勵慈善捐贈，現代政府對捐贈給予稅收優惠。為了防止有人將遺產繼承、私人贈與等偽裝成慈善捐贈以逃避納稅責任，政府及其法律將受益者必須是“不確定的多數”視為“慈善”的定義性特徵。（這也是個人流動性劇增、聚落大規模化、個體匿名化的必然結果，也與公民意識、國家意識、全球意識的普及密切相關。）這樣一來，親人之間、鄰里之間、朋友之間、單位同事之間的互助就被排除在“現代慈善”之外了，而這恰恰是前現代慈善的主要類型。政府對前現代慈善，任其自生自滅，不承認，不鼓勵，不反對，不納入法律調節，也不給予經濟鼓勵（稅收優惠），於是慈善的外延被大大縮小了。儘管受到現代慈善有意無意地壓制、排斥，在現代社會裡，前現代慈善依然存在，當然，不是原封不動地保留下來，而是經過了適應性調整。

#### 四、從現代慈善到後現代慈善

根據本文建立的解釋框架，塑造慈善模式的因素或變數包括：文化；技術、經濟與社會結構；政治制度與法律體系；國際局勢。在本文的情境中，即最近十幾年的中國大陸，變化最顯著的變數是“技術”與“經濟與社會結構”。所以，我們從“技術變化”和“經濟與社會結構變化”入手，觀察和解釋慈善的變化尤其是後現代慈善的誕生。

##### 社會變數的作用

要理解經濟社會發展對慈善的深遠影響首先要瞭解馬斯洛需求理論。馬斯洛把人的需求分為生理需求、安全需求、愛和歸屬感、尊重、自我實現五類。他指出，在多種需要未獲滿足前，首先滿足迫切需要；該需要滿足後，更高的需要才顯示出激勵作用。某一層次的需要相對滿足了，就會向高一層次發展，追求更高一層次的需要就成為驅使行為的動力。同一時期，一個人可能有幾種需要，但每一時期總有一種需要占支配地位，對行為起決定作用。各層次的需要相互依賴和重疊，高層次的需要發展後，低層次的需要仍然存在，只是對行為影響的程度大大減小。馬斯洛理論把個人需求和社會需求的當前關注重點與個人成長階段和社會發展階段關聯起來——隨著經濟發展，收入提高，生活水準提升，教育發達，媒體發達，社會保障發達，人們的低級需求得到滿足，高級需求湧現，社會歸屬感提高，社會責任感提升，愛人之心、利他之心亦隨之高漲。馬斯洛理論告訴我們，人類發展的過程就是低級需求不斷滿足的過程，就是需求層次不斷提升的過程，就是利他精神逐步豐盈的過程，就是利他精神越來越有力地約束、征服利己

之心的過程。

下面回到正題。

經過持續的高速發展，中國的經濟結構發生了重大變化，經濟重心由製造業轉變為服務業。相應地，從事服務業的“白領階層”成為社會的主導階層。他們主導需求結構，引領並塑造文化和生活方式的風尚、氣質與演變方向。與此同時，賣方市場轉變為買方市場，消費者掌握了市場主導權。這樣一來，穩定的、均質化的消費需求被多變的、個性化的消費需求所取代，隨之而來的是，大規模生產式微，以滿足個性化需求、大規模定制、彈性生產為標誌的“後福特”生產模式興起。此所謂“後工業社會”，亦稱為“高技術社會”、“資訊社會”、“富裕社會”、“發達社會”。

科技、經濟結構、社會結構的變化帶來了價值觀、行為方式、生活方式、需求結構的深刻變化。由於白領階層的基本需求（馬斯洛所謂的低級需求）已經得到滿足，於是高級需求被提上議事日程。又由於他們是主導階層，所以在整體上馬斯洛的高級需求被提上了社會議事日程。英格爾哈特所謂的“後物質主義文化”興起，精神性追求上升。價值觀個性化、多樣化，主流道德、主流理論的主導性下降，道德相對主義盛行，相應地，社會的包容性提高。

白領崛起、富裕社會、高級需求上升，帶來一系列深刻的後果。

首先，慈善需求發生了巨變。

從受助者的需求來看。在後工業社會中，人們的基本需求“基本上”得到了滿足。根據馬斯洛的需求理論，低級需求滿足之後將追求更高的需求，所以後工業社會追求高級需求的滿足。需求等級越高，需求就越是個性化、多樣化、小眾化，而且不斷變化。

從助人者的需求來看。以中產階級為主體的助人者群體，價值觀高度多元化，而且參與慈善的積極性很高，自主性很強，行動能力亦很強，並且擁有一定的資源。所以，他們定義的“慈善需求”也表現出高度的多元化，也具有個性化、小眾化、隨時變化的特徵。

從民間與政府的分工來看。越是低級需求，剛性和同質性越強，滿足此類需求的行動越是具有剛性、普遍、穩定、持續的特徵，越是適於由政府予以滿足。越是高級需求，彈性和差異性越強，個性化越突出，滿足此類需求的行動越是具有彈性、小眾、小規模、變動不居的特徵，越是適於由非政府主體（個人、群體、慈善組織、企業）予以滿足。隨著社會的發展，此前未被滿足的需求得到滿足，越來越多的需求得到滿足；越來越多的需求得到剛性的保障，被法律規定，由政府負責，進入公民權利清單；留給社會滿足的需求，越來越高級，越來越多樣化、



小眾化、個性化、富有彈性、隨時變化，具有越來越鮮明的“後現代特徵”。

人類的需求經歷了這樣一種演變過程：先是被無視、忽視，無人問津，得不到普遍滿足被認為是天經地義、很正常、不是問題；然後是被認識，感到應該得到普遍滿足，但是僅僅作為“道德訴求”，能滿足更好，不能滿足也可以接受；再就演變成為必須得到普遍滿足的需求，剛性的要求，成為法律規定的政府必須予以保障的公民權利。

其次，慈善的供給發生了巨變。

社會經濟發展帶來的後果之一就是全社會的道德水準提升，利他、助人、責任意識普遍提升。人人有慈善意識，各個部門也都有慈善意識。其結果就是慈善的行動主體劇增，一方面，人人參與慈善。普通人除了給慈善組織捐款、捐物、做志願者，還可以發現問題、設計解決方案、籌集資源、組織實施。慈善不再是少數人的“職業”，而是成為了大多數人的“業餘活動”，成為了個人生活的必不可少的組成部分。另一方面，各部門參與慈善。慈善不再是“慈善組織”、“公益組織”、“非營利組織”的“專利”了。所有部門都在“做公益”，慈善要素進入所有領域。圍繞慈善的跨部門合作蔚然成風。此前的部門界限被打破了。行動主體的劇增又帶來了“附加結果”——慈善創新能力暴漲，慈善發展日新月異。

另外，從受益方來看，權利意識提升了，能夠更積極主動地提出訴求，而且能夠直接採取行動解決自己的問題，也就是說，受益者成為了自助者。

### 技術變數的作用

科技革命，尤其是“互聯網革命”，給慈善帶來了廣泛而深刻的變化。

互聯網的本質就是“連接”。強大的“連接”能力使得所有的人、事、物都能被瞬間觸及，便捷、高效而且成本低廉。如今互聯網已經成為真正的“公共基礎設施”，任何個人和組織都可以自由使用，由此產生了廣泛的“互聯網+”。互聯網可以“+”任何東西。慈善的各個環節——確定需求、資源動員，集體行動的組織協調，線上與線下的互動，資源提供者、傳遞者、受益者之間的各種資源的傳遞，由於互聯網的存在，門檻降低了，成本降低了，效率提高了。

互聯網降低了通訊成本和門檻。更為重要的是，互聯網使越來越多的人能夠發出自己的聲音，打破了權力和金錢對大眾傳媒的壟斷，帶來了資訊傳播的自由化和民主化。普通個人不再是資訊的被動獲取者，而是資訊的生產和發送者。互聯網不但促進了單向的資訊傳播，也促進了人與人之間雙向的資訊交流。在此基礎上，實體世界裡的人與人的互動更加便捷。現在只要擁有一台電腦或者一部智

慧手機，任何人都可以接入互聯網。無線網路的發展使得人們可以隨時隨地上網。智慧手機的發展使其進入了“移動互聯時代”。

作為一項集體行動，有效的慈善需要“共識”。慈善首先需要建立關於“需求”的共識。建立需求共識需要發現客觀存在的問題，再從眾多的問題中篩選出要著手解決的問題。這都需要大量而頻繁的資訊交流。慈善需要有人來做，要有一個合格的團隊，也就是說需要“聚人”。而“聚人”也需要大量而頻繁的資訊交流。只有人還不夠，慈善還需要“籌款”。籌款需要向籌款物件發送資訊，說服籌款物件使之同意捐款，同意捐款的人要把錢付給籌款者，籌款者還要給捐款者提供收據。這裡不僅需要傳遞和交換資訊，還需要傳遞貨幣和單據。有了目標，有了行動主體，有了所需的資源，還要有解決問題的方案，還要有方案的有效實施。專案設計及實施同樣需要大量而頻繁的資訊交流。互聯網幫助行動主體有效地克服了各種自然和人為的障礙，大幅度降低了資訊傳遞成本，也大幅度降低了貨幣傳遞的成本（通過銀行卡、移動支付）和單據傳遞的成本（通過電子單據），從而大幅度降低了慈善的成本。

互聯網還引起了一場廣泛而深刻的“組織革命”。確定需求、聚人、籌款和實施專案都需要“組織”（動詞），而“組織”（動詞）離不開“組織”（名詞）。互聯網打破了自然和人為的限制，使個體的力量得到前所未有的增長，組織方式和行動方式發生了巨變，集體行動廣泛地發生，並深遠地影響了人們的理念和思維方式。

互聯網改變了實體組織的運行邏輯和組織結構。互聯網的運用大幅度降低了組織內部的溝通成本，管理幅度增大，層級減少，組織趨於扁平化；同時，網路型協作更加普及，決策方式也更加分散，參與性更強。比改造實體組織更偉大的變革是創造虛擬組織。社交軟體的出現是發生在互聯網上的又一場偉大的組織革命。Facebook、微博、微信等社交網路，其本質是形式化的、通用的、開放的、人人可用的、觸手可及的、簡單的、免費的“組織”。它們是“組織的平臺”。擁有一個自己的“組織”（名詞），自發地“組織起來”（動詞），不再是困難的事情，成本高昂的事情，難以企及的事情，而是簡單的事情，廉價的事情，輕鬆愉快的事情。權力和金錢有效地壟斷“組織”這種最重要的“資源”的時代結束了。互聯網幫助人們實現了“自由結社的權利”。

在現代慈善中，實體組織是最主要的行動主體。實體組織較之個人更為強大，能夠完成許多個人無法完成的任務。但是，獲得這種優勢是有代價的。實體組織需要辦公場所、辦公設備、水電採暖費用、人員費用、納稅等，還要到政府管理部門登記並接受監管。所以，成立並運營一個實體組織的門檻是很高的，普通人

根本無法承受。因此，在現代慈善中，個人只能扮演捐贈者或志願者的角色，以給實體慈善組織捐款、捐物、無償貢獻時間的方式參與慈善，而不能承擔發現問題、確定需求、設計解決方案、動員資源、組織實施的職能。然而，互聯網改變了這一切。

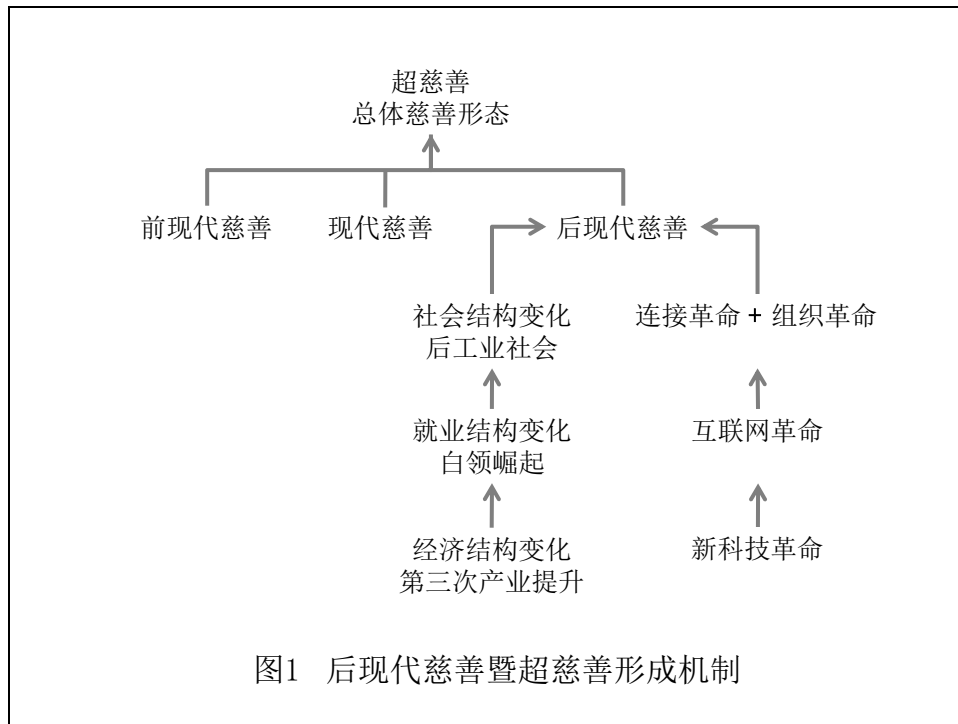
在現代慈善中，組織規模越大，組織實力就越強。後工業社會中，出現了大量的、多樣化的、個性化的需求，只有“靈活”的組織才能適應這種環境。與大型組織相比，小規模組織往往更加靈活。因此，在後工業社會與互聯網疊加的時代，大組織相對於小組組織的優勢下降了。

在現代慈善中，實體組織是“慈善組織化”的唯一載體。後工業社會與互聯網疊加改變了這種局面。在後現代慈善中，個人可以出於興趣和愛好，借助互聯網快速找到一群志同道合的人，並發起集體行動。人們也可以借助互聯網建立虛擬組織，從尋找組織成員到實施集體行動都可以在互聯網上完成。借助互聯網產生的組織（既是名詞又是動詞），自發、自主、分散，可以快速聚集，可以隨環境變化而瞬間解散，也可以根據需要持續地生存下去。這樣一來，個人或人們可以不再依賴于龐大的實體組織，不再需要跨越高不可攀的門檻，不再需要支付常人或小群體無力支付的成本，不再需要得到政府管理者的首肯，而是借助互聯網自主地組織起來，醞釀、發起、實施並完成集體行動。可以說，互聯網及虛擬組織，解除了個人對實體組織的依賴，個人不依靠實體組織也可以高效率地組織集體行動。

互聯網使個人成為積極的“主角”，而不僅僅是消極的“配角”。依託互聯網強大的“連接”功能，個人可以自主地發現問題，設計解決方案，向社會廣而告之，募集各種資源，並組織實施。這就是後現代慈善中行動主體的“個體化”或“去組織化”。隨之而來的，一方面是慈善的“業餘化”、“兼業化”、“普遍化”；從另一方面看也就是“去職業化”、“去專業化”。

在現代慈善中，專業慈善組織是唯一的、合法的“仲介”。互聯網打破了這種局面。借助互聯網，助人者可以“越過”專業慈善組織與受助者“直接對接”；而受助者可以直接向社會求助，解決自己的問題，而不再求助於各種“仲介”。這就是互聯網的“去仲介化”效應。

綜上所述，互聯網改變了慈善領域中的權力分配格局：大組織相對於小組組織的優勢下降了；實體組織相對於虛擬組織的優勢下降了；組織相對於個人的優勢下降了；助人者相對於受助者的優勢下降了。



### 兩大變數交互作用的結果——後現代慈善誕生

社會變數與技術變數各顯神通，且相互激勵，造就了後現代慈善。與此前的自有慈善模式相比，後現代慈善自有“獨特之處”：

其一，價值觀。後現代慈善拒絕宏大敘事，反權威，反主流化。後現代慈善的價值觀高度多元化，且不斷變化，而且這種變化含有很強的不確定性和不可預測性。當然，後現代慈善不是不講道德，而是反對唯一的、統一的道德，主張多種道德訴求共存的正當性。

其二，行動主體。屬於後現代慈善的行動主體是個體、小團體、虛擬組織、網路型組織、非專業慈善組織。與現代慈善相比呈現出鮮明的去組織化、去專業化的色彩。後現代慈善的“主導勢力”是中產階級，而不是現代慈善中的大捐方、大慈善機構、行業大佬、有話語權的學者和各類“明星”。

其三，組織形式。從微觀層面來看，小型化、非正式、虛擬性、模糊性、流動性、扁平型、網路型、平臺型，構成了後現代慈善的組織形式的“特徵集合”。與之形成鮮明對照的是，實體科層制組織是現代慈善的唯一的、合法的組織形式。從宏觀層面來看，現代慈善的分工和部門化邏輯被打破了，滲透與融合無所不在，各類邊界模糊化，慈善彌散化。在後現代慈善中，分工、界線、等級體系、權力結構、演變趨勢不再是清晰、穩定、可預見的了。

其四，專案及其運作方式。後現代慈善主要回應高級需求，其特徵為彈性大、

個性化、小眾化、多樣化、變化快。相應地，後現代慈善反對單一化、標準化、普遍化、大規模的專案設計原則，對專案的確定性、穩定性、持久性亦不以為然。作為中產階級的慈善，後現代慈善既張揚個性，又主張平等，既反對千篇一律、蒼白平庸，又反對精英主義、父愛主義。後現代慈善的專案運作方式亦具有突出的特徵，一是去仲介化，助人者與受助者直接對接；二是廣泛的跨界合作，核心競爭理論、戰略聯盟理論、“長板原理”得到廣泛運用；三是平臺戰略大行其道，以互聯網為基礎設施的各類平臺佔據樞紐位置，發揮著協調與整合功能；四是行為邊界“模糊化”，如公益行銷、社會企業、影響力投資的行為目的、主體身份、治理結構均含混不清，亦此亦彼的雜亂混淆取代了非此即彼的明確清晰。

其五，治理。現代慈善基於實體組織和實體空間行為建立了一整套治理模式。在後現代慈善中，這套治理模式的有效性大打折扣，有的“部件”甚至徹底失靈了。

由上述“獨特之處”可知：其一，後現代慈善是對以往慈善的價值觀、行動主體、組織形式、運作方式、各種分工與邊界的全面的超越。其二，後現代慈善不是過去的平滑的延續，不是單純的連續的量變的積累，而是發生了質變。在後現代慈善與現代慈善之間存在一個不可抹殺、不可逾越的“斷裂”！

第二次世界大戰將工業文明的優勢與弊端集中地展現在世人面前。這場人類浩劫宣告了工業文明黃金時代的終結。20世紀60、70年代，西方世界的年青一代，主要是學生和藝術家，掀起了聲勢浩大、轟轟烈烈的“反叛運動”。與此同時，資訊文明登上人類歷史舞臺，漸漸後來居上，成為大戲劇的主角。20世紀中葉以後，所謂“後工業社會”、“高技術社會”、“資訊社會”、“富裕社會”、“後現代社會”開始形成，後現代慈善模式亦開始在其中孕育，逐步成長，並將自己顯示在世人面前。由此可見，儘管“後現代慈善”在中國尚屬“新現象”，但是從世界範圍來看，它絕不是眼下、瞬間產生的現象，而是一個過程，更是一種趨勢。就世界慈善而言，後現代慈善的歷史可以追溯到半個多世紀之前。

表 1 三種自有慈善模式比較

	前現代慈善	現代慈善	後現代慈善
價值觀	明確，單一，高度穩定。	明確，多元，穩定。	多元化，變動不居，不確定，不可預測。
行動主體	個人，家族，村社，宗教組織。主導者為地方精英。	專業慈善組織。主導者為大捐方、大慈善機構、行業大佬、有話語權的學者和各類“明星”。	個體，小團體，虛擬組織，網路型組織，非專業慈善組織。去組織化，去專業化。主導者為青年和中產階級。
組織形式	非正式組織。參與者為業餘的、兼職的、不拿報酬的“志願者”。無專業分工。	實體科層制組織。從業者為專職的工薪勞動者。分工、界線、等級體系、權力結構清晰、穩定、可預見。	小型化，非正式，虛擬性，模糊性，流動性，扁平型，網路型，平臺型。滲透，融合，邊界模糊化、慈善彌散化。分工、界線、等級體系、權力結構、演變趨勢不清晰、不穩定、不可預見。
專案及運作方式	助人者與受助者直接對接。臨時性，地方性，小規模。	組織化，分工與專業化，仲介化。常規性，大範圍，大規模，持續性。	慈善需求彈性大、個性化、小眾化、多樣化、變化快。反對單一化、標準化、普遍化、大規模的專案設計原則。運作方式去仲介化，跨界合作，平臺戰略。
政府角色	幾乎不干預。	深度介入慈善領域，立法，監管，福利國家。	政府面對慈善治理失靈的挑戰。

## 五、超慈善

所謂“超慈善”指一種“總體慈善形態”，它由前現代慈善、現代慈善、後現代慈善三種“自有慈善模式”疊加而成。本文的描述與分析表明，當今中國的總體慈善形態即屬於“超慈善”。

後現代慈善的興起並不意味著原有的自有慈善模式的消亡。前現代慈善和現代慈善仍然存在，只不過發生了適應性改變。在互聯網的影響下，前現代慈善煥發了新的活力，個體化的慈善、非正式組織的慈善、去仲介化的慈善（如輕鬆籌的個人大病救助平臺）大行其道。現代慈善組織亦積極回應新的機遇，改造組織形式，開發新的需求，運用新的工具，如愛佑基金會實施加盟戰略，在“99公益日”為加盟夥伴提供非定向配捐。後現代慈善生氣勃勃，一大批企業跨界參與

慈善，而且做得風生水起，大有喧賓奪主之勢，如騰訊公益基金會的“為村”和“99 公益日”。跨界合作如火如荼，如扶貧基金會與 IT 企業合作將區塊鏈技術引入公益項目之中（頂樑柱專案），其“善品公社項目”則與蘇寧、京東、天貓等開展合作。融合也日益深化，社會企業、共益企業、影響力投資聲勢奪人。

超慈善已經出現，超慈善仍在發展之中。在中國，現代慈善起步較晚，充其量只有三十幾年的歷史，尚未發育成熟。前現代慈善亦處於恢復之中。不成熟的老模式，在發展的同時還要適應新的環境。後現代慈善方興未艾，勢不可擋，與老模式爭鋒，同時也在有力地改造老模式。目前，三種自有慈善模式並存，並且均處於發展之中，呈現出重疊發展，疊加創新的局面。慈善世界因而更加豐富，更加厚實，更加有力，也更加龐雜，更加動盪，更加迷茫，但是生機與活力也就蘊藏其中，各種可能性呼之欲出。

超慈善是機遇也是挑戰。機遇前所未有的，未來不可預知。挑戰也前所未有的，我們熟悉的舊世界有可能被撕裂或者乾脆被摧毀，取而代之的卻未必是一個令我們滿意的新世界。如何抓住慈善發展的新機遇？如何控制後現代慈善的破壞性潛力？如何實現三重慈善模式的順暢疊加？特別是，如何保障慈善的本質屬性——利他——得到一以貫之的尊重和堅守？慈善將如何進一步發展？慈善將如何改變我們和世界？我們應如何應對這些廣泛而深刻的變遷？我們的心態要不要改變？我們的認知要不要改變？在“碎片化”和充滿“不確定性”的時代如何“立心”與“立命”？要不要有一種主導性的慈善價值觀？如果需要，它是什麼？

到目前為止，對於上述問題，本人還沒有確切的答案。所以，只能以一系列問題結束這篇文章。希望本文對今日中國慈善世界的描述與解讀，能夠激發更多的人面對現實，嚴肅思考，並通過思考找到未來的目標與出路。

未來還有一種和諧的慈善世界嗎？抑或是我們就不應該繼續幻想擁有一個秩序井然的未來慈善世界？無論如何，“萬物並育而不相害，道並行而不相悖”應該是我們始終如一的理想！

2017 年 5 月 5 日，初稿；

2018 年 1 月 4 日，定稿。