

社区认同的缺失与仿企业化建构

闵学勤

(南京大学社会学系副教授、博士 南京 210093)

摘要:在单位制逐渐弱化的今天,社区认同没有像预期那样成为单位认同的替代。针对利益链因素、共有资源因素和差异化因素等社区认同缺失的原因,以及社区认同与同为工业化、城市化的产物——企业认同的区别,在社区管理中导入仿企业化模式,寻求社区与居民之间的一致目标、共同利益和高效行动,不失为一种建构社区认同的新的尝试。

关键词:社区认同;企业认同;仿企业化

中图分类号: C 912.8 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-8263(2008)09-0106-06

二〇〇八年第九期

南京社会科学

106

从“单位人”向“社区人”转型的过程中,曾被学者们认为富有极强中国特色的“单位认同”急需寻找新的出口,以整合离散的城市精神空间,“社区认同”首当其冲被寄予厚望。但缺乏本土根基的舶来品——社区,自20世纪80年代登陆中国以来,在原有街道模式基础上发芽,并且在没有太多理论和实践储备的前提下迅速成长为“两级城市、三级管理”中重要的基层管理组织。同时,市民跟随所在单位和城市的巨变,经由房地产市场的推波助澜贸然进入“普遍的他者们”^[1]存在的社区空间,没有足够断奶心理准备的市民遭遇缺少认同基础的新兴社区,使得“社区认同”没有像预期那样成为长期依存的“单位认同”的替代。

“我是谁”或者“我们是谁”,类似这样的个人认同或社会认同问题经常困扰着现代人,特别在陌生人聚集的城市社会,城市市民一方面需要在大量异质群体中发现同类,从而找到情感和价值观的认同与归属;另一方面,科层制下市民也希望在社会认同的过程中进行积极区分、比较,以维护自尊并获得组织认同带来的自我激励和更出色表现。社

区认同作为城市社会集体认同的主要承载之一,可以极大缓解都市快节奏生活下的疲乏、困惑和迷茫,但就目前社区生活现状中所表现出的社区意识淡薄、社区参与不足、社区自治乏力等现象,社区认同缺失已经是不争的事实。在社区这一城市未来主要生活空间和管理机构中,延续“单位认同”的脚步,模仿企业化的管理模式,重建认同文化,重构认同世界,不仅是城市市民的福音,也是城市管理者共同的希冀。

一、社区认同缺失的构成因素

社区认同是市民在一定地域范围内因生活互动而产生的对社区空间、人际、文化及管理模式的喜好、信任和归属感。社区认同与通常意义上的国家认同、宗教认同、城市认同、单位认同和社团认同等集体认同有较大区别,相比较而言,社区认同的排他性最低。

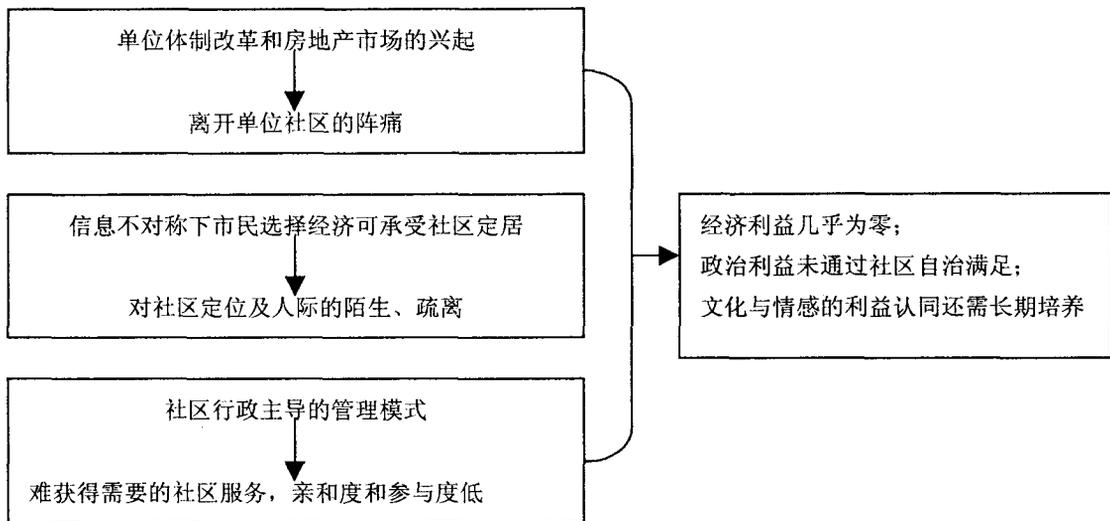
国家是主宰一切组织的联合体,并且有与生俱来的侵入性,对于它的认同既是强迫的,也是发自内心的;宗教认同虽然是个人社会化的后果,但它所产生的顶礼膜拜的神往,以及由此升华的无穷力

量,都可能产生精神世界的绝对排他性;城市认同在城市化快速拓展的进程正逐渐取代传统的乡村认同而获得市民更多的心理回应,它也有不确定性和不自觉性,但在一定时间维度上城市认同也有鲜明的排他性;单位认同曾一度占领国人的精神世界,并创造了高度统一的生活模式,在改革之前单位认同居于国家与个体之间几乎锁定了城市人的心灵归属。而社区认同作为集体认同的一股新生力量,承担着填补单位认同淡化而留下的空缺,但它自身有着不排他的先天缺陷,正如社会学家齐美尔在一百年前对社区的认知:“没有任何一个社区是唯一的社区,任何一个社区都在它的较狭窄的领域的排他性周围,安排着一个更为广阔的领域,在这个较广阔的领域里,它就不是唯一的。”^[2]无论社区是否存在明确的行政边界,在市民的心中,社区从地域到情感都没有清晰的界分,特别是与邻近社区之间很可能具备可分享的认同或排斥,市民不自觉地会出现对社区的交叉认同或认同缺失等现象。不过,在国外拥有百年以上历史、在国内也经历了20多年风雨的社区越来越上升的认同需求及认同可能性正积极抗衡社区的低排他性,事实也证明,社区认同缺失的构成因素主要源于社区这一共同体的建构不足,而并非它与生俱来的缺憾。

1. 利益链因素。按照社会理性人的假设:人们为达到一定的目标,在采取社会行动时,越来越趋向于以社会规范、文化习俗、他人行动和自我感知为行动选择域,通过合适的和相应的手段,以获取社会利益最大化。^[3] 这里的社会利益既包含经济利益,也包含在政治、文化和情感方面获得的利益。也即个体参加集体行动或公共事务的主要目的是获取利益,只是不局限于经济利益,都市人介入社区生活也不外乎如此。

如果将市民的社会生活分为职业化生活与非职业化生活两大类的话,社区生活几乎占据非职业化生活的绝大部分。表面上人们在职业化生活中获取经济利益以维系和提高生活质量,进入社区生活似乎应满足除经济利益以外的其他需求,但在现代都市人日趋理性化的过程中,人们仍然希望在社区生活中满足利益最大化,即使利益来自文化的或情感的,抑或是间接导向经济的,甚至政治的,如此往复的利益驱动最终导向的认同驱动,才能促使市民更愿意积极主动地参与社区生活。

事实上,目前的社区生活还未完全应和现代都市人的利益需求,梳理一下市民脱离单位社区进入新社区生活的全过程(如下图),就可以发现市民的



新社区生活的利益断层示意图

利益链在社区生活中没有得以延续,这既与城市改革有关,也与社区管理体制及城市人的心理变迁有关。在经历单位体制改革和城市房地产市场的异军突起之后,大部分市民还来不及回味市场经济的残酷,就因城市大规模拆迁被迫离开单位社区,而选择新社区既存在信息不对称下的盲从,也存在经济实力的限制,同时带着对新社区的理念和服务能迅速填补疏离感和陌生感的渴望,又遭遇新社区还未摆脱的“街一居”行政管理模式,以至于都市理性人显性或陷性的利益最大化倾向在新社区生活中被无情扼制,由利益认同而导致的社会认同也被暂时搁浅。

2. 共有资源因素。社区的共有资源大多是城市整体资源的缩小版,这种近距离的徒步可及、伸手可触的归属资源,自然激起社区居民对这些公共资源的享有欲,而多数社会实证表明当市民在分享公共资源的过程中的偶然相遇、无意点头,进而发展成相互熟识、自愿结对的邻里关系强化了他们对社区的认同感。城市规划专家简·雅各布斯认为人们心中对社区的理想就是“如果人们能够分享某些东西,那么他们就能分享更多的东西”。^[4]也就是说,不仅人们认为社区应该有许多公共资源供社区生活所需,而且即使现在这些资源已经很丰厚,社区居民仍然会要求更多。更何况著名经济学家对公共物品需求的一语中的,他认为“随着富裕而来的是人们更看重于公有物品而不是私有物品”。^[5]如此不断升级的公共资源需求意愿客观上推动了城市的发展,但不可否认的是如若公共资源稀缺,从任何其他渠道获得的社区认同很快就会失去根基。

就目前社区发展的客观现实而言,大部分城市社区公共资源严重不足。与西方发达国家城市社区建设相差近百年的中国社区建构历程无疑阻碍了这些公共资源的培育、建设,而长期单位制所形成的“政府一单位”公共物品供给体系,在转型时期社区日益增长的多元需求下多少显得有些力不从心,比较理想的由政府部门、社区组织、民间组织、营利企业、居民自身等权利主体互惠合作,自愿主动地供给公共物品的局面仍需较长时间才能形

成。不仅如此,不久前出台的《物权法》也才第一次以基本法的形式界定了社区内现有公共资源的所有权,^[6]更不用说一些更丰富的类似国外离每家每户仅五分钟徒步路程的大型公共社区中心的建构,在相当时间内以较少的公共资源来获取社区居民更多的认同仍是艰巨的任务之一。

3. 差异化因素。异质性城市在进入21世纪后表现得越来越明显,城市绝不再是统一均匀的空间,而是质地明显不同的多种区域的集合,其吸引力具有高度的选择性,每个区域各不相同,既是因为各自的长住居民存在差异,又是因为各处偶尔来访经过的局外人也有差异。各个区域之间的界限有时清楚地划定并得到守卫,但更为经常地是模糊不清或是标识不足。^[7]全方位、多结构差异化对社区认同构成了新的冲击,同一社区内不同背景的居民大量存在,不同的居民有不同的利益需求,而且交往的目的、方式也呈多元状态,在较少的社区互动中形成统一认识,从而达成认同的可能性也势必降低。

差异化的个体面临一成不变的社区管理模式时,也难以获得共鸣。受全球化和市场经济冲击的城市市民几乎每天都在变迁之中,社区如果固守自上而下一贯制的管理机制,其更新意识和速度与市民不能同步,两者的差距只能不断扩展,与此相对应,同样处于市场经济中的企业就比社区有更灵活的机制和适者生存的意识,员工之于企业比居民之于社区就自然有更多认同的可能。

当然差异化因素是社会认同原本就要克服的障碍,认同本身就是将某些共同属性赋予不同的个体,当这些个体有较大差异时仍然共享强烈的认同,那么认同客体的价值也就愈突显。问题在于不能纳入市场轨道的社区容纳了差异化不断递增的居民,如何填补其间的鸿沟,急需各方寻求解决方案。

二、社区认同与企业认同的比较

分析转型期社区认同缺失的构成因素时已经发现单纯以地缘为纽带的社区认同与其它社会认同相比有明显的建构缺陷,像宗教认同、民族认同、国家认同等都建立在组织成员长时间共同努力的

基础上,并且依赖强有力的组织机器,甚至法律。而社区认同与可以效仿的、建构时间较短的企业认同相比,也还存在组织目标、组织利益和组织结构方面的差异。

德国著名管理学家赫茨伯格在20世纪50年代提出的“动力保健”理论认为企业员工对企业的认同感将产生极大的激励作用,这也是现代企业通过多种渠道建构企业认同的重要原因。企业认同与社区认同最大的差异在于它依附于明确的组织目标——共同谋取利益最大化,清晰的组织架构——企业科层制,以及顺应市场经济的现代企业管理模式——优胜劣汰。

首先,与社区居民分散的、差异化利益群体不同,企业成员与企业之间无论何时何地都必须结成紧密型的利益共同体,员工与企业都在“利益最大化”的共同目标下分享各类资源,“一荣俱荣,一损俱损”的隐性盟约通过合法化的劳动合同加以实现,以此为基础的企业认同可以用最简洁的方式表达:“我们是一个单位的”,相比之下“我们是一个社区的”的使用率和到达率要低得多。从乡村社会走向城市社会,被剥离了亲缘关系的社区居民,显然很难与工业社会下的业缘同盟抗衡,如果不建构共同追求的利益,表面上没有利益冲突,相安无事的居民也同时丧失了凝聚力来源,社区认同也就显得漂渺和虚无。

其次,企业有清晰的、畅通有序的组织架构,从决策层、管理层到执行层,自上而下层层负责,自下而上层层报备,共同分享企业的兴衰,共同承担外组织的侵扰。科层制不仅决定了企业中每一层阶的责权利,更重要的是每一层阶都有明确的责任人,每个企业都有唯一的总经理。相反,受行政束缚的社区管理机构在居民心中被弱化了,说不清或不认识社区委主任,也不了解社区管理机构的工作职责,居民有问题仍倾向于找单位、找亲朋好友,或直接依靠社会各保障体系。相比企业与员工,社区与居民之间缺少互动、缺少相互依赖,缺少共同应对社会变迁的组织体系,认同也就如同镜中花、水中月。

再者,社区管理没有淘汰机制,居民与社区之

间只存在单向选择关系,居民可以因为不认同或其它任何缘由选择迁入或移居,而社区无法因为认同差异放弃或驱逐相关的居民,这看起来天经地义,但相比同样顺理成章的企业优胜劣汰制,认同的边界就很难界分,社区不得不尽量迎合大多数居民的认同倾向,而且还要随时应对各类环境的变迁。由于没有所谓竞争上岗、奖勤罚懒等优胜劣汰机制,社区成员通过改变自己来趋附社区的理念及管理方式就变得相当困难,在此前提下,以社区管理者为主导创造和建构社区认同成为当务之急。

三、社区认同的仿企业化建构模式

德国社会学家克劳斯认为“所有的社会认同都是建构出来的”,^[8]以此推论,即使在转型期大规模城市社区迅速扩张,脱胎于行政管理的社区管理暂未寻找到切合实际的、可以大面积复制的管理模式之下,社区认同仍然有建构的可能和建构的空间,关键是建构路径的选择。

针对社区认同缺失的构成因素,以及社区认同与同为工业化、城市化的产物——企业认同的区别,在社区管理中导入仿企业化模式,寻求社区与居民之间的一致目标、共同利益和高效行动,不失为一种建构社区认同的新的尝试。肇始于20世纪80年代西方公共行政变革的仿企业化模式,其主旨为“以企业精神改革政府”,具体表现在以公众为本、为公众提供优质服务、在具体公共事务执行管理中引入市场机制,追求高效率、进行成本收益分析,讲究社会效益与经济效益统一等。将仿企业化管理引入社区,主要借助企业管理模式中有利于集体行动和组织凝聚的总经理制、绩效考核制、成本收益制等管理工具,将社区与居民纳入一个紧密型团队中,共同创造那些提升双方存在感的价值,由此建构互相依存、互相信赖、彼此认同的新型关系。

第一,导入总经理制,强化社会动员,建构新的意义。总经理制是企业管理模式最经典的象征,它在工业化之初就随着大量企业的迅速兴起而存在。总经理制隐含着总经理负责制,以总经理为首的管理团队统领企业的各部门员工,并责无旁贷地为企业创效益,为员工谋福利。在中国城市社区效仿新

加坡的市镇管理^[9]导入总经理制,很容易将企业总经理的定位复制到社区,居民也会在第一时间感受到总经理作为社区名符其实的领袖的存在。社区总经理可以通过行政指派、也可通过社会招募引进,在一定任期内以提升社区居民生活质量,构建和谐社区为工作目标,与企业总经理唯一不同的是社区总经理并非以提升社区经济效益为首要职责。

社区总经理制除了在组织结构上仿企业化,利用居民的单位惯性心理来参与社区生活外,社区总经理的存在更容易发动社区动员,将以往由政府通过社区委直接向下动员的模式扁平化、高效化。事实上,通过社区动员而形成的居民之间的组织互动远比自愿互动、偶然互动更易激起认同。著名的城市社会学家曼纽尔·卡斯特曾高度评价社会动员与认同之间的相关关系,他认为“人们抗拒个人化及社会原子化的过程中喜欢聚集在社群组织中,经过一段时间后,逐渐产生归属感,最后,变成社区及文化的认同。要达到如此的结果则必须经历社会动员的过程。也就是说,人们必须参与都市运动(urban movements并非具有强烈革命性)并在其过程中发现彼此共同的利益,人们以某种方式分享彼此的生活,新意义也就有可能产生。”^[10]建构于社会动员下的社区生活中如果有建构新意义的可能,那么在单位制日益弱化的中国城市,市民们从生理到心理回归社区就会水到渠成。

第二,导入绩效考核制,整合集体行动,储存集体记忆。风靡企业界近百年的绩效考核制,通过对员工的绩效考核将员工利益与企业利益进行整合,有效推进了企业的成长,同时也培养了大批训练有素的职业人员。将绩效考核制引入社区,实际上是协助社区总经理科学高效地管理社区委(或社区工作站)、社区居民代表大会、社区业主委员会、物业公司等社区其它营利和非营利组织等,这些众多的组织机构目前虽同服务于社区居民,但相互之间并没有清晰法定的隶属关系,组织之间的内耗和利益冲突难以避免,如何使组织之间有效整合,形成强大的凝聚力,这也正是社区仿企业化管理必须解决的关键问题。

社区绩效考核主要围绕社区居民的满意度来

展开,所谓社区居民的满意度多建构于有价值的集体行动,以及由此储存的集体记忆。人们的社区生活无外乎三个目标:对生活状况及集体消费的社区需求、对社区集体行动的参与,在社区中获得相应的社会利益。责权利分明的绩效考核制必然唤起社区各组织的管理者努力以达成居民生活目标、提升居民生活满意度为宗旨(因为这与他们各自的利益有关),在此期间必要的、有意义的包括社区文体活动、公益活动等在内的集体行动就成为首选。行动即产生意义,这种意义不只存在于运动期间(通常是短期的),并且存在于行动结束后的集体记忆中。就像在乡土认同中特定的那些记忆一样,集体行动中的邻居、草地、广场、树林、河流、海滩、顽童等都得到强化,并逐渐转化成核心的认同来源。

第三,导入成本收益制,疏通融资渠道,增进共享福利。在国内城市社区的发展过程中,政府对大部分社区的资金投入仅占社区管理成本的5%—10%,这一资金瓶颈客观上限制了社区管理的升级和高层次社区专业人才的引进。导入成本收益制,无疑放大了经济因素在社区管理中的杠杆作用,同时对社区管理团队的融资能力提出了挑战。

其实社区管理人员必须学会如何筹款、如何融资,并且定期分析管理成本,及其管理收益,只有将各组织和居民的利益进行整合,才能团结所有紧密型和松散型团队共同前行。正如怀特在研究美籍欧裔时指出的,社会认同越来越成为象征性的、间歇性的、自愿性的,而不是承继性的、实质性的选择。^[11]也就是说现代社会认同缺少传承,不具长效性,必须不断地注入新的、更有价值的内涵,认同主体才有可能发自内心地跟随。社区认同更是如此,一方面社区居民在社区生活的利益延续需要确保,另一方面无论是草地、停车场,还是社区中心,居民享受共同福利的愿望日益递增,显然,没有足够的财政实力,社区居民自愿地、持续地对社区产生认同便没有可能。

社区仿企业化管理实际上是在原有行政管理的机制中引入风险、危机意识,让居民感受到一个勤政高效的管理团队。仿企业化只是一种方法、技

术和工具,它无需汇入不断全球化的市场经济,也没有经济利益可循,只是借用企业管理中的总经理制、绩效考核制和成本收益制等手段,达成社区居民的社会利益需求、精神回归需求以及多元统一的文化需求,从而建构普遍的和自愿的社区认同。

* 本文为国家社科基金南京大学预研项目“城市新型社区管理体制”研究的阶段性成果。

注:

[1][英]齐格蒙特·鲍曼著、范祥涛译:《个体化社会》,上海三联书店,2002年版,第104页。

[2][德]齐美尔著、林荣远编译:《社会是如何可能的》,广西师范大学出版社,2002年版,第295页。

[3]闵学勤:《城市人的理性化与现代化》,南京大学出版社,2004年版,第20页。

[4][加拿大]简·雅各布斯著;金衡山译:《美国大城市的死与生》,译林出版社,2006年版,第54页。

[5]萨缪尔森著;萧琛主译:《经济学(上)》,商务印书馆,1981年版,第37页。

[6]新出台的《物权法》第七十条规定,“业主对建筑物内的住宅、经营性用房等专有部分享有所有权,对专有部分以外的共有部分享有共有和共同管理的权利。”

[7][英]齐格蒙特·鲍曼著、范祥涛译:《个体化社会》,上海三联书店,2002年版,第105页。

[8]伍慧萍、陈秋琴,“欧洲后国家认同的缺失和建构”,德国研究,2006年第2期。

[9]新加坡16个市镇理事会管理是典型的总经理负责制,每个市镇理事会都由一位总经理,一位副总经理,及以产业部为主,包括财务部、公关部在内的五至六个部门组成,且产业部下属的7-8个分部门分别由产业经理领导4-6个城管执法人员对其进行管理,确保整个市镇管理职责清楚、高效运行。

[10]曼纽尔·卡斯特著;夏铸久、黄丽玲等译:《认同的力量》,社会科学文献出版社,2003年版,第69页。

[11]Waters, Mary C. Ethnic. Options: Choosing Identities in American. Berkeley: University of California Press, 1990.

[责任编辑:人和]