

官办慈善组织的资源动员：体制依赖及其转型

龙永红

(南京大学社会学院 南京 210097)

摘要 官办慈善组织实质是政体结构内成员之一,其资源动员逻辑主要表现为依赖国家政治机会结构中的合法性资源,在动员技术上注重行政组织的网络化动员和符号价值动员。但官办慈善组织资源动员行动为单向流动式,意识形态性强,不能获得广泛的社会信任,不利于形成平等公正的慈善资源动员生态。官办慈善组织打破现有体制约束、实现市场化转型,是创新慈善事业发展的可能途径。

关键词 体制依赖 官方慈善组织 资源动员

中图分类号 C916 **文献标识码** A **文章编号** :1004-0730(2011)10-0080-08

慈善组织作为慈善事业的重要载体日益获得越来越多的社会关注和发展压力,与政府紧密相连的官办慈善组织尤其面临更多的体制性困境。慈善资源的垄断和近期由“郭美美事件”牵引出的认同危机是官办慈善组织面临的两个最为关键的体制性困境。官办慈善组织享有政府人员编制、待遇与一定的现存资源,这种体制内慈善组织的资源垄断特点是如何形成的?这些资源是如何被组织动员起来的?国家是如何支持这种动员的?动员的结果是什么?从资源动员的理论角度来理解和分析这些问题,构成本研究的主线。

一、基本概念及文献回顾

资源动员最初是社会运动研究的一种理论范式。较早的广义的社会运动被定义为“以期给社会带来变化的人们所支持的一种志愿性集体行为”。“它包括以任何形式对运动思想的支持行为”。环境保护、改善城市贫民区状况、人权运动、女权主义等均可成为社会运动维护的目标或者价值,美国的社

区行动项目和志愿服务机构均可称为社会运动组织。政府本身也是社会运动组织的支持者。有些项目运作中,政府自己还会创建受资助的公民组织(citizens groups)^[1]。因而,慈善组织被视为社会运动组织的一种,即共意性社会运动组织。慈善公益组织行为是改良型社会运动行为,具有非政治性、教育性或人道主义的特点。正是在“公民组织”的意义上,我国很多学者探讨了此理论在中国社会兴起的逻辑,及其在城市社区公共服务资源获得机制、在网络民间救助中的应用。^{[2][3][4]}

在资源动员理论中,资源并没有确切的定义,一切有益于社会运动组织目标实现的均可成为资源。一般而言,广义的资源包括“从工作、工资、财产、对物质商品和服务的权利等物质性资源到权威、道德承诺、信任、友谊、技巧、勤奋的习惯等非物质性资源”。“资源永远处于被创造、被消费、被转移、被聚集、被重新分配、被交换的状态,甚至损耗殆尽”^[5]。慈善资源最重要的包括人、财、物等有形资源,主要是作为一种动员结果来看的;其他也包括信任资本、符号资源、关系网络、情感性资源等无

形资源,它是从能促进与有形资源的对接、转化、开发、配置的过程意义上来使用的。不同性质的慈善组织对于不同资源的依赖与运作都是不尽相同的。

通常,资源动员理论的理性范式有两个核心假设:社会运动并非是自发的和无组织的,社会运动的参与者并非是非理性的。这比关注组织参与者的社会心理学特征更为有效。这是麦卡锡和左尔德(McCarthy and Zald)所强调的市场--经理型资源动员模型,要像企业拉赞助的方式那样从捐赠者的成本--收益权衡的功利主义心理出发,以专业化手段来开发资源^[6]。这与现今慈善资源动员中的企业化经营逻辑是一致的。但后来的批评者均指出其忽略了社会心理学的集体认同感和意识形态等思想性因素在动员中的意义。梯利和麦克亚当(Tilly)则强调了资源动员理性范式的另一极,他们提出要重视政治环境与政治机会在资源动员中的作用,认为社会运动组织行为往往需要与政体内成员建立联盟^[7],这与我国体制内动员所提供的制度化支持模型相似。斯诺和戈夫曼(Snow and Goffman)等认为社会运动的话语策略和意识形态在资源动员中发挥了重要作用,提出了框架分析理论^{[8][9]}。慈善作为一项“意义事业”,不同的组织会充分借用道德心智与政治文化,以创造行动导向的象征符号,构成行动的意义框架以实现资源动员的目标。这个因素无论是在我国官方还是民间的慈善组织中,均具有较高的显著性。

慈善公益组织作为一种中介组织,如何促使公众的捐赠动机转化为捐赠行动,以动员更多的社会资金和物资投入到公共品的供给,这不仅是其生存与发展的首要问题,也是我国社会管理之资源保障的重要方面和指标。与其他类型社会运动组织一样,慈善公益组织具有资源动员的内在需求、动员的集体性、组织性及动员内容的共同性。如慈善组织以什么来动员足够的资源?什么样的动员技术才能筹集到足够资源保障组织目标实现?从结果上看,这与其他社会运动组织所面临的问题是一样的。所以,在运用与验证以上西方资源

动员理论范式成果的基础上,以个案研究的方法来探讨我国官办慈善组织资源动员的路径是合适的。

二、研究方法及个案

根据组织与政府关系的强弱,我国通常有官办慈善组织和民办慈善组织之分。官办慈善组织一般是指享有政府人员编制、待遇与一定的资源的体制内慈善机构,如慈善总会、红十字会等。由于历史发展与体制建构的原因,我国目前登记注册的慈善组织中,真正纯民办的机构非常少,一般都会带有政府背景,因而也称之为“半官方政府机构”或者“准政府机构”。

本研究选取了自上而下因应国家政府制度安排而成立的慈善总会系统中的两个个案。一个是 C 慈善总会,一个是 D 慈善总会。(笔者对研究个案与访谈资料均作了适当的匿名处理) C 慈善总会于×年×月成立,筹资网络涉及全省各市(区、县),借助行政性资源,虽成立时间很短,但资金募集能力强,×年募集款物收入为 15 亿多元,在全国各省中位列第一。D 慈善总会于×年成立,近几年常规筹资规模稳定在 8000 万元左右。这两个个案是省辖市慈善总会之间的指导协调的关系,不具有上级与下级的领导关系,彼此之间有一定的独立性。但在组织机构的设置、人员构成、工作模式及筹资技术方面有极为相似的逻辑。本文研究资料主要来自于笔者以志愿者身份对 C 省慈善总会为期半个月的观察记录,对 D 市慈善总会 7 位不同职位工作人员的访谈(访谈对象分别为该组织的秘书长、副秘书长、部门负责人 2 人、理事 1 人、志愿者 2 人),及与两个个案相关的文献资料,包括个案官方网站的内容、个案编辑出版的杂志、媒体对个案所进行的报道资料等。

三、政治机会结构中的合法性资源

我国现代慈善公益组织最初起源于改革开放

初期第一批出国考察的政府官员对于西方国家的一种发现,发现国家也可以通过基金会等慈善公益组织的形式来聚集社会资源提供公共服务,解决社会问题^[10]。而当时的冲破“两个凡是”和姓“资”姓“社”的两次思想解放运动也为慈善从“另类”转为“社会主义精神文明的组成部分”提供了政治机会。政治机会结构是指“由于社会结构的变迁所带来的政治权力关系变化的总和。”^[11]“它对于集体行动者形成一定程度的限制或可能性,并且提高或降低了运动动员所需要花费的成本”^[12]。正是“这一发现”和“思想解放”催生了我国第一批慈善组织,尽管其推动力来自于政府,政府为它们提供启动资金,享有体制内的相应资源,使本应定位于国家与市场之间“第三域”的慈善公益组织成为政体内成员之一,但确实降低了我国慈善组织起步发展的成本。

“我原来在救助管理站,到这里来属于轮岗,其他的两位副秘书长都是退休返聘的,我们的常务副秘书长原来就是民政局局长,我们三个都不占总会的编制。刚开始时政府是提供了启动资金的,×××万”。

“C 慈善总会创始基金×××万元是政府出的”。

“这里两个会计都是民政厅来的,他们的人事关系啊,工资啊都是在那边,我们这边最低都是科员,然后副科、正科。这边最上边的领导都是退休下来的,然后就是民政厅过来的,他们都不在这边拿工资的,再就是一般的工作人员,他们的收入都是参照公务员待遇来给的。”

以上资料表明,在人事关系上,慈善总会组织均属于民政局的事业单位,具有政府人员编制和类似行政级别,这构成了官办慈善组织一种天然的行政合法性。这种合法性主要体现为行政管理班子经过合法授权而实现一种“下”对“上”的承认或信仰,即一种工具性合法性^[13]。行政权威可以以一种宣告了的意志来影响社会各类主体的行为,并使其本身把意志命令的内容作为他们行为的准

则。这一行政合法性使慈善资源动员具有中国式特点:一方面,政府为慈善组织提供资金、依靠层级的行政组织作出动员要求、由行政领导担任慈善组织职务、以行政资源吸引企业捐赠等;另一方面,慈善公益资源动员的结果本身成为衡量政府绩效与其行为正当性的一种指标。

与此同时,自改革开放以来,在社会转型期和政府职能不断转变中,以“单位”为元的“单位人”阶层意识已被打破,个人发展的机会和路径多样化,社会评价机制也日益多样化,很多单位组织与政府不再有隶属关系或财务关系,很多个人不再有“单位人”意识,这种体制改革释放出了较多的自由流动资源,为慈善资源动员提供了基础;另一方面,贫富差距的拉大、新的底层群体形成、环境恶化等问题突出、社会风险灾难的日益增多等,也需要慈善组织有效发挥聚集社会资源、治理社会问题、传播爱心公益价值的社会功能。这一社会结构关系的变迁也构成慈善组织的动员机会的结构性因素。

“像汶川地震的时候,底下哦都是排队在捐钱,我们收钱来不及,到晚上10点多还排队呢,国外的侨民啊、抱着钱罐子的小孩啊、老太啊,还有看守所里的那些人也来捐了几百块。”

“2008的时候,捐款排队呢,那时银行的人还没来,那么多人,你不能让他们等不,我们就先自己开始收,又没有验钞机,他们都说,刚从银行取出来的,还验什么。有个老太,捐了2万就走了,发票也不要,后来匿名处理了。那个中午,就两个小时,我这办公室就收了300多万,这个可不是我们宣传来的,他们都是自觉来的。”

汶川地震期间,公众排队向慈善总会捐赠的现象说明了人间有大爱,但追究一下根源,除了媒体传播效应之外,更重要的是政府以行政意志指定特定慈善组织能开展救灾募捐,其他的则不具有资格,且各级民政部门及其下设的捐赠接收机构、各级红十字会、各地慈善会,须逐级汇缴到民政部中央财政汇缴专户。

“像汶川地震的时候,我们这个受灾款是要交给×××工程建设部去,我们的钱,有2个多亿,还有底下的区县慈善总会交了些钱。”

“玉树地震是要把钱交到上面去,统一地来进行建设,不是由地方单位分头去做了。我们2000多万,再加上其他的总共六、七千万交上去,慈善总会系统就是交给省,然后交给中华慈善总会,民政系统的就是交给民政部,逐步逐步的交,然后统一在玉树做。”(以上引用文字资料均来自于对C、D两慈善总会的观察记录与访谈资料。)

无论是汶川地震中各省慈善总会系统在救灾重建中形成资源集中输送的一盘棋,还是后来玉树地震中政府利用行政力来汇缴捐款,这均强化了官办慈善组织在慈善资源动员中的显著性与垄断性。从历史轨迹来看也是如此,我国现代慈善事业从一开始就是作为社会保障体系的一部分,作为政府的一种职能而发展起来,对于大多数公众和企事业单位来说,它还只知道把钱捐给红十字会、慈善总会等官办组织。

机会本身并不是资源,关键是慈善组织能否运用机会来达到资源动员的最佳结果。对于官办慈善组织来说,这一机会和行政指令的结合就产生了强大的资源动员效率。但这一结果的弊端也是明显的。首先,官办慈善组织资源交由国家或地方政府统筹使用,这与政府绩效是相联系的,但捐款使用结果与捐赠人无关,通常情况是,不知钱用到了何处,捐赠人的主体性与捐赠积极性受到挫伤,资源动员价值链得不到循环。其次,慈善组织一旦犯错误或者出现危机,政府往往是首当其冲的责任主体,因为官办慈善组织代表的就是国家意志。“郭美美事件”是很好的例子,当代表着人道主义的红十字会与商业化挂钩时,人们就开始怀疑其中是否有权钱交易。不论这其中是否有交易,红十字会将其金字招牌交给一个10年都未能注册的“非法”组织,这本身是不当的。这必然使官办的机构组织面临一种合法性认同危机,由行政合法性漏洞带来组织文化合法性危机,最终的结果是慈善资源动员失去了内在的心理文化动力。

四、关系网络结构中的资源流动

社会关系网络理论最初是对个体行动者机遇效应的一种理解视角,认为个人是一个网络中的结,而不是点,因为个人是带着其他群体的关系来和其他人发生关系的。比如,许多政府官员卸掉政府要职到慈善组织任职,这样,其在政界的关系网络资源就流动至公益界,反之亦然。在这个意义上,慈善组织的关系网络主要是组织成员可以用来达到组织目标的所有网络联系的总和。但在官办慈善组织中,这一联系并不是普特南(Putnam)所讲的“横向的联系”(horizontal collection)——其包含的最主要内容就是社会信任、互惠规范以及公民参与网络^[4],而是一种“纵向的联系”——其包含的主要内容是行政隶属关系和组织领导层带入的资源。

首先,从组织人员结构安排来看,C慈善总会会长、副会长、常务理事均由省级领导担任,D慈善总会会长由市长担任,22位副会中6位为市级领导,其他16位均为本地有名大企业的董事长或党委书记。秘书长、副秘书长通常由民政系统、人大系统等退休领导担任。也就是说,官办慈善组织的领导层大多具有行政权威性,在组织资源动员中可借用这一权威性网络来募集资源。

“省政府工作报告中明确要求发展慈善事业;各市慈善总会都由市长或副市长担任会长。和政府主要领导获得交流机会,对成长中需要政府扶持的企业来说,无疑是有吸引力的。用百姓的话说,‘老大难,老大出面就不难’。”(资料来源于2007年08月23日《××日报》)

“我们的头原来是×××(注:指某省级官方媒体)的大领导,他退休了就到这儿了,宣传活动时,只要给媒体打个电话就可以了。”(资料来源于对C慈善总会的访谈记录)

其次,从慈善总会物质性慈善资源来源看,D慈善总会主要有“慈善一日捐”、“企业冠名基金”、慈善救助项目捐款和赈灾捐款等方面。其中,“慈

善一日捐”占捐赠资金总额的 26.3%，“企业冠名基金”为 36.5%，慈善救助项目捐款为 5.9%。如果扣除掉赈灾资金总额，这三项则分别占捐赠资金的 36.8%、50.9%、8.3%。占据较大比例的“慈善一日捐”和“企业冠名基金”来源于什么样的关系网络结构？“慈善一日捐”主要来源于各区（县）的政府机关与事业单位的捐款。在 2010 年的“慈善一日捐”中，在总共 286 家捐赠单位中，有 187 家是政府机关与事业单位。其组织动员的基本模式为，以区县慈善总会座谈会形式进行部署安排，规定了公务员、事业单位在编人员、工业企业、房地产开发企业各自的劝募标准；明确各牵头单位分块包干分散落实劝募任务，并明确相关行政部门负责，如国税部门、经贸部门牵头，邀请企业单位参与，有省市主要领导出席“一日捐”启动仪式并讲话。企业则通常以“冠名基金”的方式参与“一日捐”，即承诺一个捐赠总额（一般不少于 1 万元），就可以获得以自己企业命名慈善基金的机会，这一总额不是一次就全部捐完，而是可以在若干年限里以每年捐出一部分的形式累积而达到。（资料来源于 D 慈善总会所办刊物和相关座谈会记录）

在官办慈善组织资源动员这一关系网络结构中，动员主体不是匿名潜在的捐赠者，而是辖区内与行政体制有一定隶属关系的确切对象，“单位”（含社区街道、企业）成为网络“结点”，动员过程借助于发文件下通知的形式或者举办有政府主要领导人倡导和参与的大型仪式活动；动员结果与效率不取决于被动员者的自主选择，而是收受文件通知精神的单位或社区。通常，被动员的组织也将其作为考核绩效的一项指标，被动员的个人将其作为国家政府的一种日常行为，而并不是出自对慈善公益价值理想的认同。这种资源动员的网络结构可称之为“组织化网络动员”。在这一组织化动员结构中，政府借助慈善组织这一合法性组织形式获得了税收、公债等合法化资源之外的社会资源，这类社会资源的总量是政府绩效的重要方面，而且政府对这类社会资源具有一定的支配权，其支配权来源于官办慈善组织本身是作为政体内

的成员而出现的，它对政府科层化组织体系和权威性资源等有着高度依赖。企业捐赠和大额捐赠者所获得的社会价值是“与政府主要领导的交流机会”，而单位组织内的“平民捐赠”只是为本单位慈善募捐目标提供了一份力量，而不是出自对慈善组织的认同，或者对捐赠服务事项与对象的一种自觉责任。可以认为，官办慈善组织的动员过程形成了从国家至省至市的资源流动圈，其中慈善资源流动的起点虽说是捐赠者，但大多是被动的捐赠者，主要是政府权威在起作用，而资源流动的终点是国家形象和政府绩效。这一动员逻辑极易造成“被捐赠”的强制性捐赠行为，违背慈善捐赠的自愿性，不利于构建可持续的良性慈善捐赠文化；同时，也易模糊政府、企业、慈善组织边界，带来自主性障碍和慈善腐败行为。

五、符号资源的动员效应

布鲁默的符号互动论为今天的符号资源概念的通行作了足够的贡献。但在现代信息发达社会，符号不仅是社会各主体相互作用的中介，而且也是人们标榜身份与事业意义的重要标记。现代慈善作为一项“意义事业”，同样是符号互动和建构的产物。符号资源通常是指一种以语言、姿态、行为、表演等元素组成的一种认知工具，它可以促成社会公众对某一社会事实的认知解放与认同信任并付出相应行动。对于官办慈善组织来说，其符号资源的获得充分借用了体制内权威力量，这种借力性关系有利于带动可见的物质慈善资源，但也极易使其符号资源的运作成为一种形式主义甚或一种暴力。

（一）文件与讲话作为一种符号权力

在 C 慈善总会和 D 慈善总会中，借助红头文件和领导讲话来募集各类资源是一种传统方式。以民政部门起草的《关于加快发展慈善事业的意见》为例，这一文件经省人民政府同意，通过转发给各市、县人民政府，省各委、办、厅、局，省各直属单位，要求各单位结合实际认真贯彻执行。如文件

通常赋予慈善事业以重大意义,然后要求“各级宣传、编制、发展改革、经贸、教育、民政、财政、劳动保障、卫生、审计、民族宗教、税务、广电、工商、金融等部门要认真履行职责,加强协调配合,主动承担任务,落实相应措施,共同推进慈善事业的发展”。其中对宣传工作力量作出了单独的要求,即“广播、电视、报刊、网络等媒体要把慈善宣传列为重要工作内容,开设专栏或专题,并无偿提供一定的宣传篇幅和时间”。很显然,文件在这里是作为行政权力符号的载体,其所传递的权力意志对科层化体制内的主体都是有效的。所以,只有官办慈善组织能拥有这种符号资本运作下的资源动员优势。这可从 C 慈善总会每年春节慰问款物捐赠暨慰问物资发放仪式、D 慈善总会每年的“慈善一日捐”活动中看出,无论是现场捐赠的企业与单位、还是联合倡议的单位,除少数民营企业外,响应捐赠者大多为体制内组织;这其中除了文件精神之外,每次活动都有省市领导出席并作重要讲话,而且在 D 慈善总会主办的机构杂志中,自 2010 年起,杂志封面由原来固定的图案调整为每一期有主要领导出席参加的大型活动人物照片。这类符号资源是一种被承认的政治资本,因而慈善资源动员成为一项政治任务,这是我国目前要求慈善去“行政化”的根源。但官办慈善组织依然认为行政化动员模式是需要保持甚至加强的,对自治自主、平等竞争的市场化资源动员方式持怀疑态度^[15]。C 慈善总会一负责人认为“民间机构(慈善总会人员均认为自己的组织是隶属于民政系统的民间组织)属于成长阶段,需要政府的推动、政策支持、领导支持,举办大型活动领导要到场,出席率还需要更多,还是需要领着走路。”(资料来源于对 C 慈善总会 XLL 的访谈)

(二)表彰及其活动的价值交换性

“慈善之星、爱心形象大使、慈善工作先进单位、慈善宣传优秀通讯员、先进慈善义工和义工团体……”这些荣誉表彰活动是慈善总会最常见的资源动员技术,它们往往配合表彰活动而实现慈善资源的价值交换性。

“评为慈善之星就是种荣誉,级别很高啊,很多人和省长、书记握手、拍照啊,然后把照片挂在自己的办公室或者家里。这就是一种荣誉,别人看了,就觉得这个人有资本啊可信啊之类的。就是这样。要是到了国家层面,那就是和主席、总理啊握手了,这是很多人一辈子都不可能的。”

从资源动员的内在逻辑来说,政府领导的支持本身是正确的,慈善需要政府的支持,慈善资源动员本身不是能依赖纯粹的道德神话而达成结果的,它需要价值交换结合点。但关键是政府领导只是出现在官办慈善组织的表彰活动中,民间慈善组织通常不享有这样的机会。官办慈善组织作为政体内的成员,其要求政府领导到场本身就具有了正当性,不仅可以要求这类符号资源,它也可以向政府要求社会组织评估的最高等级 5A 级这类组织荣誉符号,因为这是由政府主导来评估的,而不是由社会专业性评估机构来做。某民间组织负责人对此深有感触:

“我就讲,你们(政府)有时就很难,因为现在很多机构都是官办的,都是退下来的省长/副省长或者是省委领导到政府办的社会组织当中,你像现在红会啊、慈善总会啊,一般都是政府官员啊,好,他们在那里面,然后找你(政府)说,我们怎么不是 5A 级啊,你怎么办,它肯定想要啊,那你就难了。你就很难处理与这些机构的关系,给他们了,民间的怎么发展,所以你们(政府)自己找为难的事情做”。(资料来源于对一民间基金会负责人的访谈)

六、体制依赖的困境及其转型

田凯认为,我国慈善组织的产生是以政府形式利用慈善资源受到制度环境的合法性约束的结果,因此,本应作为国家与市场之外的“第三域”的组织就外形化为政府性组织^[16]。因而形成了我国特殊的官办慈善组织形式,它依赖于政府各类资源来实现资源动员和组织行动的能力,一方面,政府

成为官办慈善组织的最高领导决策者和最大的支持体,另一方面,政府按照其利益偏好来支配慈善资源而实现社会治理目标。慈善资源形成了从政府至政府的垄断性;同时,服务对象与捐赠者尤其是平民捐赠者之间的关系是单向的,甚至是割裂的,“逼捐”、“扣捐”模式即是如此。这对于整个社会慈善组织发展生态是不利的。以国家及各级地方政府为起点,从官办慈善组织积累慈善资源,到对服务对象的救济帮助,最后再回归至对国家与地方政府的合法性信仰基础。尽管其中的巨捐者可能得到相应的符号荣誉及其带来的附加效应,但对于大多数捐赠者来说,它们是被动的,相对缺乏对慈善理念的自觉认同、对官办慈善组织绩效的认可及对服务对象或者说社会问题的自觉责任,不能形成“让公众愉快地捐出资源,使公众放心地让组织输送资源,使公众下次更开心地捐出更多资源”的资源动员的价值循环链,这对于创新慈善事业的发展是一种障碍因素。笔者将其概括为“体制依赖”,其逻辑图如下:



官办慈善组织资源动员逻辑图

“体制”是制度体系中的一个方面或层面的内容,是关于国家或社会某一系统中组织结构、权力配置和利益分配格局的制度,它规定系统中各个运行主体的地位、权利和责任,决定各个主体之间的相互关系。对于官办慈善组织来说,体制是指其作为一种事业单位,以类似党政机构的组织管理模式而形成的组织结构、权力配置和利益分配格局的制度运作体系,因而它成为国家与地方政府在公共服务领域的延伸或工具。基于这一特点,官办慈善组织在资源动员上形成了体制依赖路径,因而,通常在慈善资源动员中形成了体制内资源

与体制外资源的区分。体制内资源主要是指慈善组织依赖道德符号资源的建构与行政权威资源的号召所动员的资源,它主要以体制内网络组织为动员对象,形成“政府行政领导+退休领导”为主导的动员管理体制,即体制内动员。体制外资源指社会自由流动的资源,也叫社会资源。通过市场化(或称之为社会化)手段动员公众资源,称之为体制外动员。从以上讨论分析过程来看,资源动员的这种体制依赖路径存在种种弊端,导致一系列的不良后果。如导致慈善组织的组织文化合法性危机、自主开发资源能力弱、以行政垄断方式挤压民间慈善公益组织的资源空间等问题;资源动员循环的单向闭合性特征也将导致慈善资金运作效率不高,甚至滋生慈善腐败行为,影响公众对慈善资源投入的积极性等。那么,如何从这一体制性困境中走出来?其实,慈善组织的登记机关民政部门已经形成了一种观念:人、财、物脱钩得越彻底,组织越有生存能力(源于××市民政系统召开的关于社会组织调研的座谈会材料)。但在当前我国公众对慈善还未有足够的现代认知的情况下,即使有可行的改革方案,也是很难实践的。目前最为有意义的实践是,有些官办慈善组织已开始自觉逐步地向市场化转型,它们开始借鉴市场经济场域中企业管理的规则和方法比如契约技术来“经营”慈善以动员资源,如引进公益营销、社会企业等动员技术。罗文恩和周延风通过对两个典型案例的分析,认为人事制度变革、引进企业化管理模式、塑造项目品牌和组织品牌,是官办慈善组织在目前制度环境下走向市场化的三个相互独立而又相互联系的关键点^[7]。从笔者的访谈情况来看,尽管这些转型中的慈善组织已经自觉开始或者已经与政府脱钩了,但国家的支持依然存在。

“×××基金会就5个项目,可一年12个亿,已经完全和政府脱钩了,没有政府拨款,政府也不发工资,完全是自收自支的;不过,政府还是会帮他们做宣传的。而且他们实行企业化经营,有绩效考核,就是你筹款金额与你的待遇是挂钩的。”

以上访谈资料表明,官方出身的慈善组织在

转型后资源动员绩效明显,市场化是可行的,但同时,国家与政府既有的非行政性支持如关系网络资源、政策法规的支持等依然在发生效用。也就是说,官办慈善组织转型市场化是可能的。而且,资料也表明,转型后的官办慈善组织开始与民间慈善组织有了交流互动,这对于我国形成官民合作、平等竞争、优胜劣汰的慈善资源动员生态无疑是极具价值的。至此,可以将官办慈善组织资源动员转型的可能路径概括为,逐步与政府脱钩,增强组织自身的吸引力,继续保持与政府的合作关系,与民间慈善组织形成平等竞争关系。

注释:

- [1]McCarthy,John D., and Mayer N. Zald.*The Trend of Social Movements in America:Professionalization and Resource Mobilization*. Morristown,N.J.;General Learning Press.1973 2- 14.
- [2]陈映芳:《行动者的道德资源动员与中国社会兴起的逻辑》,《社会学研究》2010 年第 4 期。
- [3]王国伟:《资源动员:城市社区公共服务资源获得机制研究》,《学术探索》2010 年第 2 期。
- [4]章友德、周松青:《资源动员与网络中的民间救助》,《社会》2007 年第 3 期。
- [5]Oberschall,Anthony. *Social Conflict and Social Movements*, Englewood Cliffs, N.J.;Prentice Hall. 1973:
- [6]McCarthy,John D., and Mayer N. Zald.*Resource Mobilization and Social Movements:A Partial Theo-*

- ry.American Journal of Sociology*.1977:1228- 1241.
- [7]Tilly,Charles.*From mobilization to revolution*. Reading,Mass.Addison- Wesley. 1978:52- 54,117.
- [8]Snow,David A.,and Robert D.Benford. Ideology , Frame Resonance,and Participant Mobilization.*International Social Movement Research*1. 1988 (1): 197- 217.
- [9]Goffman,Erving.*Frame Analysis*.New York:Harper & Row,Publisher.1974.
- [10] 王名:《中国民间组织 30 年:走向公民社会(1978- 2008)》,北京,社会科学文献出版社,2008 年,第 234 页。
- [11]McAdam, Doug, *Political Process and the Development of Black Insurgency 1930- 1970*. Chicago: Chicago University Press. 1982:41.
- [12] 何明修:《政治机会结构与社会运动研究》,台湾 2003 年社会学年会论文。
- [13](德) 马克斯·韦伯:《经济与社会》(上卷),北京,商务印书馆,1997 年,第 290- 295 页。
- [14] 帕特南:《使民主运转起来——现代意大利的公民传统》,南昌,江西人民出版社,2001 年,第 189 页。
- [15][17]罗文恩、周延风:《中国慈善组织市场化研究——背景、模式与路径》,《管理世界》2010 年第 12 期。
- [16] 田凯:《非协调性约束与组织运作——一个研究中国慈善组织与政府关系的理论框架》,《中国行政管理》2004 年第 5 期。

(责任编辑:羽林)