

社会组织参与公共文化服务的多元认同建构理路

颜玉凡 马梦格

摘要: 社会组织参与公共文化服务既是提高公共文化服务品质的重要手段,也是社会组织建构组织认同的一个重要过程。社会组织借由贯彻政府政策、挖掘利用文化资源以及“送文化”与“种文化”相结合等行动策略建构多元认同,并使其成为组织持续参与公共文化服务的动力源泉。这种多元认同源于社会组织成员对公共文化服务和社会公益活动的价值认可,并在社会组织成员参与活动时所产生的情感释放与共享中得到深化。尤其当作为服务受众的居民对社会组织提供的公共文化服务形成集体认同时,这种多元认同还会因此而升华为某种更为广泛的集体认同感。然而,还需看到,实践中存在的居民弱参与、一些社会组织对政府资源的强依赖以及组织自身专业能力不足等现实困境也在一定程度上阻碍组织认同的建构。对此,政府、居民与社会组织需积极探索协同治理路径,尝试通过营造全民参与的社会氛围、加强政府体制机制与治理措施创新的政策供给、提升社会组织专业能力等方式来重塑社会组织的多元认同。

关键词: 社会组织;公共文化服务;多元认同;建构逻辑

中图分类号: G249.20 **文献标识码:** A **文章编号:** 1003-0751(2023)05-0097-07

文化是社会日常运行所产生的运行规范和历史积淀,也是社会公民在物质空间中的个体行动指南和生活记忆。完善公共文化服务的价值不仅在于通过聚集人才,提升地方创新能力^[1],还包含着传承本土文化、培育共同体情感等在内的对满足居民精神文化需求的关切。新时代,全国各地公共文化设施的持续完善和人民群众生活水平的不断提高,广大社区居民不仅关注周围公共文化空间以及组织活动的有无,还更多地开始考虑公共文化服务的供给质量高低及其可及性。党的二十大报告明确提出:“健全基本公共服务体系,提高公共服务水平,增强均衡性和可及性。”^[2]这就要求公共文化服务的供给实践需将讲究均衡和注重质量提升相结合,从地标式的宏大尺度的文化标识性公共文化设施的修建向微观尺度的基层公共文化空间拓展和活动组织转

向。2021年,民政部印发的《“十四五”社会组织发展规划》进一步提出,要提高政府购买服务项目资金使用效益,增强受众获得感、幸福感、安全感,发挥社会组织在扩大公众参与方面的积极作用,使之更好地参与基层社会治理^①。社会组织通过公益性文化产品的直接供给或政府购买等方式进社区开展文艺会演活动和筹建志愿性文化空间等服务行为,弥补了基层社区公共文化服务中因市场与政府失灵所造成的供给短板。在一些地方,社会组织已成为提升基层社区公共文化服务质量的重要参与主体。实践证明,社会组织参与社区公共文化服务不仅是社区参与机制的升级,也是基层公共文化长期建设和有效运营的根本保证^[3]。

截至2022年9月,全国正式注册的社会组织共有89.3206万个,其中社会团体36.9万个,民办非企

收稿日期:2022-11-28

基金项目:南京市社会科学基金重点项目“以提升文化软实力为旨归的南京城市形象塑造策略与传播研究”(22ZY04)。

作者简介:颜玉凡,女,河海大学马克思主义学院教授,博士生导师(江苏南京 211100)。马梦格,女,河海大学马克思主义学院社区研究中心助理研究员(江苏南京 211100)。

业单位 51.5 万个,2019 至 2022 年社会组织年均增长率约为 1.9%^②。《民政部 中央文明办关于推动社区社会组织广泛参与新时代文明实践活动的通知》等文件明确规定,要更加注重党的理论政策对社会组织的引领作用,强调社会组织在开展群众性文化活动时加强对主流文化的传播。这也从侧面反映,我国社会组织正在经历由以往单纯追求数量增长向谋求高质量发展的转型。在此背景下,相当一部分文化服务类社会组织被纳入新时代文明实践中心,通过开展和提供公共文化服务,吸引群众参与公共文化服务,并以此来传递和践行公益互助精神,有效促进了社会团结与公共生活的塑造^[4]。

社会组织参与公共文化服务的供给不仅能够一定程度上有效满足群众的精神文化需求,其生产与传递文化的过程还为组织成员提供了一个释放文化热情和实现自我追求的平台。在平台内,一方面组织成员普遍追求伦理之善与文化艺术的积极组织氛围肯定了其成员所坚守的理念及理念实现路径的正确性,另一方面文艺活动的展演及其宣传过程如果得到了他人的认可,也会使成员内心倍感自豪与欣慰。可以说,社会组织参与基层社区公共文化服务供给的过程本身也为组织成员建构起了对自身及其行动价值的自我认同。然而,部分社会组织在地方制度执行场域中所显现出的专业能力不足、公众对其认知不清以及组织功利化、官僚化甚至志愿退化等倾向,也在很大程度上阻碍了社会组织的认同建构,并进一步影响公共文化治理体系的完善以及治理能力的提升。因此,亟须对那些具有一定社会认同度且能够高质量参与公共文化服务的社会组织进行典型性案例研究,以期从实践中探寻解决现实问题的有益经验和有效路径。围绕社会组织参与基层公共文化服务的相关实践与促进社会组织健康发展、完善现代公共文化服务体系的发展目标,文章试图呈现社会组织建构认同的行动方式,还原多元认同建构的理论与实践逻辑,反思在复杂制度环境中削弱多元认同的可能因素,并在此基础上提出增强社会组织参与公共文化服务的动力路径。

一、以文化人:社会组织的认同建构策略

一般而言,社会组织参与社区公共文化服务的实践重心是切实满足个人、家庭以及社区社会生活现实、迫切的文化需求,与纯粹市场模式下基于商业

文化宏大叙事背景的文化符号取舍有着显著的不同。在公共文化服务供给实践中,社会组织注重通过政府文化政策扶持、社区文化资源利用以及“送文化”与“种文化”相结合的策略,实现公共文化服务的持续有效供给以及组织成员多元认同建构。

1. 积极贯彻政府政策

随着政府对社会组织的监管日渐完善以及打造多元共建、多方共享社会治理格局的深入推进,政府与社会组织的关系开始由单向控制转向“调适性合作”^[5],即二者处在某种基层政府将社会组织的发展看作“政绩表现”而社会组织依赖政府资源输入的相互关系中。在实践中,政府针对社会组织所采取的“政治性引导规约”和“功能性激励”等措施是社会组织得以生存和发展的有力支撑^[6]。在谋求自身发展和取得政府认同的目标驱动下,社会组织一般是在政府的指示和安排下承接项目,继而生产和制作居民日常需要的系列服务来体现自身组织价值以及展现组织在政府允许范围内进行公益性活动的良好社会形象。同时,大部分社会组织还会主动向政府相关职能部门提交组织年度发展报告,阐明组织的行动计划。通过政策执行以及对政府权威的维护,社会组织的合法性得到增强,组织获取运营资金以及其他隐形社会资本的渠道得到保障,有利于组织凝聚力、吸引力的提升。例如,江苏省南京市某公共文化服务中心基于雨花台区政府为提升公共文化服务水平和完善“三社联动”协同机制的目的而成立,发展至今,已产生了显著的社会效益。当地街道为其调拨配置办公场地和专项资金,向该中心购买公益项目,中心的日常开销也多依赖街道支持与补贴,区政府还授予其“省级首批优秀群众文化团队培育对象”的荣誉称号。同时,该中心在开展组织活动时一般都依据区政府与当地街道的政策宣传要求进行,并在每年年末向街道提交需要审核与修订的文化惠民志愿服务计划表。除此之外,为更好地取得社区居民的认同与支持,该中心还以街道志愿服务队形式组织街道内的各类文化公益性团体开展集体性活动,志愿服务队中的各项事务也多由街道办事处主任挂名负责。

2. 挖掘利用已有文化资源

公共文化服务供给中的资源整合机制是参与主体通过对各类文化资源进行合理的调整、完善和有机融合,以实现公共文化服务“整体大于部分之和”治理目标的运行方式^[7]。概言之,文化资源包含了有形的文化人才、物质载体和无形的风俗习惯、历史

传统。丰厚的文化资源除了能够创造经济价值,其本质还在于文化价值的孕育能力,正是文化价值属性使得文化资源具有超越时空的稳定性特征^[8]。相较于文化产业园内连续有序的文化叙事与文化设施,社区中的文化资源是分散和不连续的,有时甚至呈现出缺乏黏性、碎片化的状态,文化场地、历史故事,甚至一首歌、一座桥都可能被视为某种文化符号的存在。基于本土文化资源发育形成的社会组织熟悉区域内的人文风情,不少组织成员本身就是非物质文化遗产传承人或者传统文艺、民族文艺的爱好者。此类人员加入文化服务类社会组织的初衷往往是因为被政府打造特色区域名片的发展目标所吸引,并在价值理念上认同政府传承地方历史文化的发展规划。为此,他们主动承担起打造区域文化品牌的职责,运用自己的智慧、经验和组织能力来整合分散的文化资源。在调研时,笔者发现所调研区域的多数社会组织在社区内举办活动时,如果人员不足,就会主动寻找和动员居住在本区域内的文艺人士参与活动,通过发挥他们的文艺特长来唤醒其文艺情怀,继而逐渐吸引他们正式加入组织。这些组织还善于利用本区域内独有的红色文化资源,开发创作与时俱进、充满新时代气息的红色文化作品,开展“红歌传唱迎国庆”等活动引导群众树立文化自觉意识,逐渐赢得社区内文艺人士以及广大居民的好感与认同。

3.“送文化”与“种文化”相结合

“文化惠民”不仅要让群众更好地享受文化发展成果,还要为群众的文学生产创造活动提供更优质的资源条件支持。这要求社会组织在供给文化服务时不能采取单一的“送文化”或者仅仅执着于“种文化”行动,而应将二者有效结合,既要提供多样的文化活动以满足居民基本文化需求以及“上级”检查、考核的要求,还要尽力克服文化悬浮问题,注重培育和激活社区内生文化资源,通过打破外力介入性壁垒积极融入社区并获取社区和社会的认同。当下,相当一部分社会组织在街道新时代文明实践站的文化空间中提供相关服务,除了针对不同居民群体开展写诗、作画、放电影等活动,使居民通过具体的文化实践活动感知组织意图,还广泛邀请专业文艺人员为志愿团体与社区文艺爱好者进行文艺技能培训,通过孵化培育文艺志愿队和文化品牌打造群众文化交流展示平台。这些措施基本实现了社区文化以外力凝聚内力进而迸发自身应有活力的社区发展目标,也彰显了文化服务类社会组织的巨大价值,

同时还取得了居民对文化服务类社会组织开展的公共文化活动内容与价值的尊重和认同。特别是“送文化”与“种文化”相结合背景下发展起来的文艺积极分子不仅对社区文化和社会组织产生了稳定的认同感,还正在成长为活跃社区文化氛围、传递践行组织文化公益价值理念的关键力量。随着居民参与社区公共文化生活的不断深入,公共文化服务带给群众的获得感与幸福感也在不断提升,文化服务类社会组织也赢得了越来越多居民和社区街道对其能力和价值的认可与认同,其社会影响力也在不断增强。

二、内外驱动:社会组织的多元认同建构逻辑

社会组织的志愿活动在主题文化活动举行和服务供给的实践行动背后,还隐喻了另一种意义的想象空间,为行动者提供了对自我精神诉求满足和自我认同表达的机会和渠道^[9]。组织成员基于对公益和文化的价值认同而参与文化服务建设活动,在参与过程中通过社交互动和肯定性回应,形成情感认同与身份认同,进而推动成员持续参与其中。因此,需要认识到,社会组织成员对组织及其活动的价值认同以及成员在活动参与过程中所形成的自我肯定和归属感,是驱动其不断参与公共文化服务供给的最持久与深沉的动力来源。

1.价值认同是组织成员参与公共文化服务的起点

塔菲尔将“认同”定义为“个体认识到他(或她)属于特定的社会群体,同时也认识到作为群体成员带给他的情感和价值意义”^[10],这在一定程度上表明认同是感知、归属和满足、支持的统一。在传统意义上,人们一般将社会组织视为完全的利他主义组织。事实上,社会组织是由受现实制约的个人组成,并不能完全摆脱利己的束缚,组织成员存在被认可和被需求的个人期待。相较于普通居民,社会组织成员由基于个人高尚情怀而产生的社会服务意识会在一定程度上克服理性人的追求,激励成员努力成为维护公共利益的榜样。因此,社会组织参与公共事务是个人社会责任感、荣誉感和实现自我价值与发展共同作用的结果。对于文化服务类社会组织,其成员不仅有着对实现公益价值的现实主义追求,还往往怀揣实现文化艺术理想的浪漫主义追求。如果个体意识到自己的努力和行为既能帮助他人,又能有益于自己,往往就会从心底生发出“锲而不舍”

的执着意向^[11]。例如,一位社会组织负责人说道:“开展活动时,一些老人芝麻绿豆点的事情都要来咨询,刚开始觉得有点琐碎。但是自己喜爱这类活动,并且还能帮助他人,就坚持下来了。”^③这种利他主义与利己主义相结合而形成的对公共价值的认同成为推动社会组织成员踏上文化公益之路的原始动力。换言之,社会组织成员对公共价值的认同以及对文化事业的热情是其参与公共文化服务活动的精神起点。

2. 情感认同促使组织成员在参与中倾注热情

人类的个体活动往往容易受到自己内心情感欲望的驱动和影响。社会组织参与公共文化服务供给之际,在由组织成员认真表演与居民积极参与所构成的热烈互动情境中,成员参与其中所得到的被肯定的满足感既是深化情感认同的催化剂,也是推动成员持续投身志愿活动的精神支撑。例如,在文化作品的创作和排演过程中,组织成员对每一次活动倾注的心血不仅诉说与诠释着他们对艺术和公益的理解与感悟,还传递和释放其对日常生活的满足与期待。舞台上文化展演作品所承载的意蕴一旦与参与者、作品受众内心的价值标准形成呼应,就会激发参与者内心产生被肯定、被认同的情感能量,这种荣誉感和自豪感会激励他们保持持续参与公益文化事业的信心与热情^[12]。正是“在团队中真的很有归属感,成员都很有热情,活动中能清楚感受到朋友们对艺术和文化的喜爱和尊重,在与他们的交流过程中能够了解到很多知识和有意思的事情”^④的情感得到释放与回应,催化了成员内心投身公益和文化的情感认同。这种因个人情感得到满足而自然流露的热情能够在实践中促进成员高效参与组织活动。

3. 身份认同给予组织成员持续参与的坚实底气

查尔斯·库利提出:“人的行为在很大程度上取决于对自我的认识,这种认识主要是通过与他人社会互动形成的,他人对自己的评价、态度等,是反映自我的一面‘镜子’,个人透过这面‘镜子’认识和把握自己。”^[13]⁴多元主体参与的公共文化服务模式提供了一个能直面居民多样化需求、组织多元化意愿以及政府综合性治理意愿的场域,社会组织在寻求居民以及政府认同的过程中确立自身定位,进而构建身份认同,正是这种对自身身份的认同和对组织荣誉的向往推动组织持续参与基层社区公共文化服务供给。对普通社区居民来说,他们通过参与公共文化活动和集体仪式满足个人精神需求,产生认同感、归属感和获得感^[14]。获得感激发居民

持续认同和参与社区公共文化活动,并进一步形成对社区集体和社会组织活动的认同。居民集体认同的形成以及由认同所引发的公共价值持续生产与实践是社会组织持续提供公共文化服务的必然结果,也是组织成员产生身份认同的重要来源。这种“活动做好了,居民们满心欢喜期待着下一一次的演出,我自己作为团队的一员挺自豪的”^⑤的身份认同和情感认同推动成员互相照应、共同参与,是促进组织凝聚力提升的关键力量。同时,作为活动购买者的政府所给予的各种类似于“省级首批优秀群众文化团队培育对象”的荣誉称号也给社会组织及其活动增添了“合法性”的社会威望,进一步增强了组织成员的使命感和责任感,有助于成员生发超越个人利益的基于集体成员身份认同的组织归属感甚至社会归属感。

三、现实之困:社会组织多元认同塑造的制约因素

社会组织参与公共文化服务不是一蹴而就的,需要多方参与主体的不断磨合和持续互动,是一个循环上升的过程。作为参与动力的认同感也不是参与主体与生俱来的,而是制度、居民与组织自身有效互动的结果。在实践层面,还需要认识到,社会组织在嵌入制度环境的过程中仍存在居民参与不足、资源依赖性较强以及自身能力短板明显等问题,而且这些问题相互交错进一步削弱了组织成员对公共价值和自身活动的认同。

1. 居民的弱参与性阻碍社会组织获得价值认同与身份认同

普通群众的日常生活多是发生在社区范围内,人们日常生活共同体更多的体现为基层社区共同体^[15]。在应然层面,居民在社区活动中主动扩大交往范围和寻求认同是人之常情。但在实践过程中,当社会组织将文化活动送到家门口,仍有不少居民漠不关心或怠于参与,直接影响组织成员对文化公益价值的判断和对自我身份的肯定,进而影响组织活动的延续性和发展活力。一是活动参与群体单一引发组织价值认同难题。后喻文化时代的代际分层使老中青三代群体所热衷的文化样态呈现明显差异;参与社会组织活动比较多的一般是那些想要在数字化快速发展的当下发挥个人余热或打发时间的中老年人,他们想以此构建自我存在价值来抵抗信息时代对其所造成的冲击;年轻人热衷于“宅在家

冲浪”,基本不参与社区公共文化活动和公共文化空间营造;还有部分居民则认为社区文化是文艺爱好者的专属,与己无关。参与群体的单一性使社区公共文化服务从普及性的面向所有人的公共文化服务沦为“老年文化”或“闲人文化”,也容易使一些急于寻求价值认同的组织成员在心里对公益文化活动形成诸如“打造中老年人喜爱的文化活动”的预期而被动削弱公共文化服务面向的公共性。二是居民的敷衍参与影响组织成员的身份认同。公民的文化权益包含享受文化和创造文化的双重权利。然而,来自生活和工作的压力和疲惫使不少居民缺乏参与的热情或勇气,他们对待公共文化活动的态度往往是敷衍了事的,比如“组织了就参与,没有就不参与”^⑥。而缺乏居民沉浸式参与的公共文化服务很难引起反响、产生社会效应,导致活动的正外部效应不高,缺少来自受众的“镜子”作用使社会组织及其成员也难以认证自己的社会价值和身份。

2. 社会组织对政府的强资源依赖关系束缚其价值认同的再生产

与西方社会组织兴起、发展的社会背景、制度背景不同,我国社会组织自成立之日便面临着组织资源、物质资源、政策资源的“先天”不足。尤其是社会类民办非企业单位除了政府补贴和通过招标获得的成交费之外,缺乏通过社会捐赠或其他方式获取资源的途径,几乎没有额外收入,导致其组织硬件设备投入和活动举办的经费捉襟见肘,严重影响组织的可持续发展能力和创新活力。对于文化服务类社会组织而言,组织长期的对政府的单一资源依赖性也给成员的文艺创作带来了困扰和局限。而且,此类组织一般会根据所挂靠街道办事处的各种“指标”“条条框框”制订年度工作计划,并按照“指标”要求安排组织活动的内容与形式。在这种隐性的非对称性依赖关系中,社会组织发展的“现实空间”远远小于“制度空间”^[16]。这不仅制约了社会组织成员在进行文艺作品创新和活动开展过程中的热情生成与持续,也会使成员对自我创造能力以及组织活动的公共性价值产生某种质疑,即“服务对象究竟是谁”的问题。

3. 社会组织自身能力不足制约组织成员情感认同与身份认同的深化

一直以来,社会组织管理模式的灵活性与成员的多元性极易使研究者忽视组织内部规则的非正式化和能力不足等问题,而这些问题切实影响着组织成员的情感生成与身份认同。目前,我国大多数社

会组织管理模式仍处在从传统向现代过渡之中,社会组织的各种资源获取还离不开组织中的人际关系网络、负责人个人权威及其社会资本等关键性要素的支持^[17]。在这样的组织背景下,当领导者离职或组织成员之间关系破裂时,成员之间由于缺乏正式规则的约束与连接,往往就会出现成员间联系断裂的情况,成员们积极投身公益的热情也会因此受到严重打击,对组织的依赖情感也会逐渐消失。另外,一些文化服务类社会组织因为人员有限,完成来自街道办事处的各项“指标”检查已是力不从心,至于“群众点菜式服务”则几乎无能为力,导致“居民只知道活动是社区和街道举办的,对组织本身不甚了解”^⑦的尴尬局面。这种情况也往往会使组织成员对自己的身份与定位感到困惑。

四、认同再造:社会组织重塑多元认同的治理路径

公共文化是具有价值导向性和全民共享性的文化形态^[18]。促进社会组织参与公共文化服务体系的建设离不开多元主体的通力协作,需要在先进治理理念的引导下,从情感的阶段性培育入手,重视居民、政府、社会组织三方主体的认同生成与深化,以更为开阔的思维促进社会组织成员价值认同的持续、情感认同的生成以及身份认同的塑造。

1. 营造全民参与的社会氛围以夯实组织价值认同及其成员身份认同

全民参与的氛围既是推动居民主动参与和深度参与的必要条件,也是组织成员形成身份认同和价值认同的关键。全社会对文化及文化参与的价值认同、全社会对公益互惠价值的认同,是组织成员实现高度身份认同的重要条件。在实践中,社会组织参与公共文化服务面临的困难并非制度调整,而是居民参与积极性的调动。为进一步提升社会组织参与公共文化服务的质量和培育居民公共精神,在全社会营造积极参与公共活动的氛围是必要且必需的。首先,社区与社会组织应持续扩大公共文化活动的宣传面。既要利用微信公众号、短视频等新媒体的宣传影响力,又要积极探索与地方电视台等主流媒体的合作,促进公共活动突破时空局限,最大程度地实现共享共建。其次,要构建“让参与者成为受益者,受益者成为参与者”的互惠机制^[19]。具体可通过表白墙、点餐板等各种交流平台让居民参与活动的具体环节,满足居民主体的表达需求,同时辅

以相应的物质和精神荣誉激励,使参与者切实感受到参与的乐趣。最后,还需要注意关照特殊群体的特殊需求,帮助他们建立对社会、社会组织以及公共活动的认同,具体可通过“以老带新”^⑧的方式吸引人员参与社区开展的公共文化活动,以活动为契机促进其人际关系网络的维持与扩展。

2. 加强政府的政策制度和治理措施供给以增强社会组织的价值认同

政府完备的政策与资源扶持是社会组织高质量参与公共文化服务的基本保障。只有政府牢牢握住“人民主体”的方向盘,才能使社会组织公共价值得以践行与彰显。针对社会组织资源汲取能力及合法性不足等问题,政府有必要从制度上建立以服务群众为导向的社会组织登记、服务购买、考评管理等相关机制,借此明确公共文化服务的供给原则和目标,引导和规范社会组织践行公益与文化的初心,使其成员坚定对所属组织的价值认同。首先,需要在降低准入门槛的同时强化政府的监督职责。具体要在“放管服”改革背景下进一步强化政府监督执法职责,对非法社会组织加大打击和整治力度,特别是对于文化服务类社会组织,要确保其保持和弘扬主流文化价值取向。其次,在购买服务过程中要注重发挥不同社会组织的主体性作用。具体需要逐步扩大政府向社会组织购买公共文化服务的规模与种类,在同等条件下优先向社会组织购买文化服务,同时也需要注意同一区域内不同类型社会组织作用的组合发挥,充分利用不同组织优势来促进公共文化服务的差别化与多样化供给。最后,应进一步完善项目考评标准。社会组织是政府购买服务的主要承接者,其行动策略既要兼顾政府行政性的要求,也要回应公众社会性的需求。政府在服务验收或者组织考核时应深入基层考察调研,确保将居民满意程度纳入考核标准,而非唯“活动数量”至上。

3. 提升社会组织专业能力以强化组织的情感认同与身份认同

弹性的组织结构与过硬的专业素质是实现社会组织长久发展的应有之义,也是组织成员产生自豪感和释放热情的重要基础。随着政府“放管服”改革的持续推进以及广大群众公共意识的觉醒,社会组织需要以过硬的技术和管理能力来承接服务和吸纳人员,以行之有效的方式提升自身服务技能。一要通过相应的专业培训和信念教育提升组织成员生产和组织文化活动的的能力,培养和提升其将主流文化与居民需求相融合、将经典艺术与当下热点相结

合的文艺创新意识和能力,以充满生机与活力的业务工作促进参与者情感认同的形成。二要提高联系群众、服务群众的技能。组织要深度嵌入社区,构建组织与居民之间的沟通机制,在举办活动之前充分征求群众意见、了解居民需求,在活动举办之后还要重视收集居民的反馈信息,重视群众的感知与认同。三要建立和完善相应的管理与激励机制。不仅要建立扁平化的组织结构以畅通成员沟通机制、提升组织内部的凝聚力,还要积极拓展组织外延,广泛动员包含高校、企业等社会力量参与组织活动,重视成员之间的优势互补,促进成员身份认同。

结 语

满足人民过上美好生活的新期待,必须提供丰富的精神食粮。公共文化服务建设的本质和最终目标是满足公民基本文化需求,培养公民的公益互助精神。社会组织参与公共文化服务供给是整个社会公益互助精神增强的显著表现,是实现公共文化服务多元参与、共建共享的重要机制,也是推进社会组织自身认同生成、深化与升华的必不可少的实践逻辑。社会组织通过遵循政策、挖掘文化资源以及“送文化”与“种文化”相结合策略在文化高质量供给与多样化需求的平衡方面取得了一定成效,在彰显社会组织独特价值的同时也实现了组织成员多元认同的建构。经过深入研究,笔者发现组织成员出于守护公共价值的责任感和对文艺创作和展演的热情而相互联系形成集体,其最初的价值认同在不断的活动参与和互动中因被其他人、社会、政府认可而得到深化与升华,进而形成组织成员之间的情感认同及其对组织的身份认同。正是认同、参与和被认同的良性互构所产生的闭环效应推动社会组织持续发光发热。然而,在公共文化服务生产、传送与扩散的复杂场景中,社会组织往往面临群众参与不足、资源依赖性强以及自身能力不足等问题,使其实践逻辑出现选择性、碎片化、工具主义倾向等问题^[20],削弱了社会组织的参与能力和认可度。因而,只有进一步促进政府职能转变与社会组织能力提升有效衔接,将文化活动的的内容、形式与广大群众的所思所想相联系,把组织参与活动的外在激励与组织秉持的价值相结合,才能厘清政府、居民与社会组织的职责与义务,从而推动社会组织建立对公共文化生活的持续认同,在增强社会组织参与动力的基础上不断完善公共文化服务体系,满足社区居民对更高质

量的精神文化生活的需求。

注释

①参见《民政部关于印发〈“十四五”社会组织发展规划〉的通知》，民政部网站，<https://www.mca.gov.cn/article/xw/tzgg/202110/20211000037062.shtml>，2021年10月8日。②数据来源于民政部《2022年3季度民政统计数据》，2016—2019年社会组织平均年增长率为8.3%。③访谈对象：南京市某社会组织志愿队朗诵队队长，W，女，2022年11月访。④⑤访谈对象：南京市某社会组织项目经理，W，女，2022年11月访。⑥在社区调研时，不少居民都持有这样的态度，认为自己参与不参与活动的影响不大。⑦在社区调研时，笔者向居民咨询服务社区的社会组织名称和业务等问题，大部分居民表示不了解，当谈及该组织供给的文艺活动时，他们认为活动是街道和社区举办的。⑧在访谈社会组织相关负责人时，他们一致认为“以老带新”，即由团队旧成员通过个人关系网吸引新成员加入的方式比组织直接进社区宣传更有效果。

参考文献

- [1] 王文姬,王冉.公共文化服务如何提升城市创新能力?——来自中国城市的经验证据[J].学习与探索,2022(9):157-164.
- [2] 习近平.高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗[N].人民日报,2022-10-26(1).
- [3] 高鉴国.中国社区文化中心建设的政策内涵与发展特点:政策过程视角[J].社会科学,2017(6):81-89.
- [4] 黄晓春.当代中国治理转型与社会组织发展[M].北京:社会科学文献出版社,2020:26.
- [5] 郁建兴,沈永东.调适性合作:十八大以来中国政府与社会组织关系的策略性变革[J].政治学研究,2017(3):34-41.
- [6] 杨志云.开放的务实主义与策略性收放:新时代中国特色社会组织发展的机理阐释[J].公共管理与政策评论,2022(4):103-119.
- [7] 唐兵.公共资源网络治理中的整合机制研究[J].中共福建省委党

校学报,2013(8):13-17.

- [8] 胡惠林.新时代应尤其注重维护国家文化资源安全:学习习近平总书记总体国家安全观关于文化资源安全的重要思想[J].人民论坛·学术前沿,2018(22):68-79.
- [9] 颜玉凡,叶南客.改善居民文化生活质量资源依赖与组织认同:公共文化服务组织的行动逻辑研究[J].山东社会科学,2017(2):115-122.
- [10] 侯选明.认同问题的信念内核与逻辑结构[J].宁夏社会科学,2022(4):44-54.
- [11] 李巍.社会组织志愿者参与动机个案研究[M].长春:吉林人民出版社,2017:154.
- [12] 柯林斯.互动仪式链[M].林聚任,等译.北京:商务印书馆,2009:79.
- [13] 库利.社会组织:英文版[M].北京:中国传媒大学出版社,2013:4.
- [14] 郑建君,马璇,刘丝嘉.公共服务参与会增加个体的获得感吗?——基于政府透明度与信任的调节作用分析[J].公共行政评论,2022(2):42-59.
- [15] 王春光.社会治理“共同体化”的日常生活实践机制和路径[J].社会科学研究,2021(4):1-10.
- [16] 俞可平.中国公民社会:概念、分类与制度环境[J].中国社会科学,2006(1):109-122.
- [17] 景军.知识、组织与象征资本:中国北方两座孔庙之实地考察[J].社会学研究,1998(1):7-24.
- [18] 曹爱军.“公共文化”治理:出场逻辑与行动路向[J].云南民族大学学报(哲学社会科学版),2022(5):93-101.
- [19] 吴理财.社会力量参与公共文化服务概论[M].北京:北京师范大学出版社,2021:6.
- [20] 郭梓焱,刘春湘.社会组织制度执行环境的结构维度、现实困境及优化路径[J].学习与实践,2022(3):113-122.

The Multi-identity Construction Principle of Social Organizations' Participation in Public Cultural Services

Yan Yufan Ma Meng'ge

Abstract: The participation of social organizations in public cultural services is not only an important means to improve the quality of public cultural services, but also a process of organizational identity construction. Social organizations construct multiple identities through strategies such as policy compliance, cultural resource mining, and the combination of “sending culture” and “cultivating culture”, and make such identities a source of motivation for their continued participation in public cultural services. This pluralistic identity stems from the recognition of the value of public culture and social welfare by members of the organization, and is deepened in the emotional release and sharing of their organizational activities. Especially when the residents as service objects form a collective recognition of the public cultural services provided by social organizations, this kind of pluralistic identity will be sublimated into a more inclusive collective identity. However, in reality, residents' weak participation, strong dependence on government resources and insufficient organizational professional ability hinder the construction of organizational identity. In this regard, the government, residents and social organizations should explore the path of collaborative governance, and reshape the multi-identity of the organization by creating a social atmosphere of universal participation, strengthening the supply of government policies and governance measures, and improving the professional ability of social organizations.

Key words: social organizations; public cultural services; multiple identity; construction logic

责任编辑:翊 明