grande partie de la courbe en U est due aux dons offerts aux églises. Dans la troisième partie nous démontrons que les dons des 7% qui donnent beaucoup accentuent la courbe alors qu'au contraire les dons des 93% des donateurs normaux l'attenuent. Dans la quatrième partie, nous combinons les deux analyses précédentes en étudiant les tendances pour les dons religieux et non-religieux pour ceux qui donnent beaucoup et ceux qui donnent normalement. Nous en déduisons que le revenu n'est pas un indicateur fiable pour identifier les donateurs généreux et moins généreux en matière de philanthropie.

---

## Zusammenfassungen[b]

**David Deacon, Natalie Fenton und Beth Walker**

*Die Verbreitung von Philanthropie: Medien und der freiwillige Sektor in Großbritannien*

Freiwillige Organisationen und private Wohlfahrtseinrichtungen mußten schon immer ihre Existenz publik machen, unabhängig davon, ob es um ihre Arbeit oder das Auffinden von Finanzierungsquellen geht. In den letzten Jahren haben größere Veränderungen in der Rolle und in der Finanzierung dieses Sektors in Großbritannien zu einer wachsenden Bedeutung des Publizitätsfaktors geführt. Der vorliegende Artikel untersucht diese Veränderungen und legt vorläufige Ergebnisse einer Studie über Medien und öffentliche Einstellungen im Hinblick auf freiwillige und Wohltätigkeitsaktivitäten vor. Es wird untersucht, wie über Freiwilligenarbeit in den gängigen Nachrichtenorganen berichtet wird, und wie diese Darstellungen von Vorstellungen und Werturteilen der Medienmitarbeiter beeinflußt werden.

---

**Roger A. Lohmann**

*Buddhistische Gemeinwesen und die Frage des Dritten Sektors in Asien*

Den Fragen vergleichbarer und verwandter Aktivitäten in Asien ist bisher von Forschern des Dritten Sektors wenig Aufmerksamkeit gewidmet worden. Der vorliegende Artikel untersucht einen Komplex im Rahmen asiatischer buddhistischer Religionsauffassungen und -praktiken, wobei das Gemeinwesen als vergleichbares Konzept dient. Die Untersuchung veröffentlichter, englischsprachiger Quellen liefert deutliche Beweise für die Existenz einer Vielfalt von Dritte-Sektor-Aktivitäten in Asien, die weit in die Vergangenheit zurückreichen. Dorfgesetze legen Wohltätigkeitsbräuche fest und Verzeichnisse über Dorfverbände gibt es in China, Japan und Korea. Darüberhinaus wird ein großer Teil von wohltätigen und philanthropischen Aktivitäten im Zusammenhang mit dem asiatischen Buddhismus gesehen: Überzeugungen, die den Austausch von Geschenken unterstützen (dharma und dana), die Verehrung bestimmter hervorragender Philanthropen, ein besonderes Modell der Gemeindeorganisation (sangha), das japanische Modell von fund raising-Kampagnen (kanjin) und die lange Tradition internationaler buddhistischer Versammlungen gehören zum Arsenal einheimischer öffentlicher Güter, die sich im asiatischen Raum vor dem Eintritt erkennbarer westlicher Einflüsse finden lassen.

https://doi.org/10.1007/BF02354001 Published online by Cambridge University Press

**Adalbert Evers**

*Teil des Wohlfahrtsmix. Der dritte Sektor als intermediärer Bereich zwischen Markt, Staat und Gemeinschaft*

Der Beitrag stellt einen konzeptionellen Rahmen vor, innerhalb dessen der dritte Sektor als Teil eines gemischten Wohlfahrtssystems verstanden wird, das außerdem durch Markt, Staat und den informellen privaten Haushalts- bereich konstituiert wird. In dieser Perspektive erscheint der dritte Sektor als eine Dimension des öffentlichen Bereichs in den Zivilgesellschaften — eher als intermediärer Bereich denn als wohlabgegrenzter Sektor. Dritte-Sektor-Organisationen werden als polyvalente Organisationen verstanden, deren soziale und politische Aufgaben ebenso wichtig sein können wie ihre wirtschaftliche Bedeutung; sie werden als 'hybride' Organisationsformen vorgestellt, die Ressourcen und Leitprinzipien aus dem staatlichen, Markt- und informellen Bereich miteinander verschränken. Heutige Politiken eines 'Wohlfahrtspluralismus' setzen deshalb den Akzent auch eher auf 'synergetische' Formen des Zusammenspiels von Ressourcen und Leitprinzipien als auf bloße Fragen der Substitution zwischen Sektoren der Dienstleistungsversorgung. Das letzte Kapitel diskutiert mögliche Unterscheidungsmerkmale solcher Politiken im Unterschied zu 'pluralistischen' Ansätzen, die herkömmliche hierarchische Ordnungsmodelle in einer gemischten Wohlfahrtsökonomie aufrechtzuerhalten trachten.

---

**Robert M. Jenkins**

*Zur Politik und Entwicklung des ungarischen Nonprofit-Sektors*

Eine der wichtigsten Entwicklungen in Ungarn nach dem Fall des Kommunismus war das Entstehen des freiwilligen oder Nonprofit-Sektors. Unter dem kommunistischen Regime wurden freiwillige Organisationen kontrolliert und unabhängige Organisationen weitgehend unterdrückt. In den 80er Jahren entstanden Interessenvertretungsgruppen und unabhängige Verbände und forderten das Monopol der Kommunisten auf Organisationsbildung heraus. Diese Herausforderung war von instrumenteller Bedeutung für die Grundlegung des Nonprofit-Sektors nach dem Fall des Kommunismus, indem sie Organisationsmodelle und erfahrene Aktivisten hervorbrachte. Nach dem Erstellen neuer rechtlicher Rahmenbedingungen in 1989 und 1990 stieg das Wachstum des Nonprofit-Sektors explosionsartig an. Im demokratischen Ungarn haben sich zwei Arten von Nonprofit-Organisationen entwickelt: Verbände herrschen vor, wenn es um Mitgliederaktivitäten geht, während Stiftungen stärker in Bereichen tätig sind, die Fund- Raising erfordern. Versuche der vom Demokratischen Forum geleiteten Regierung, den Nonprofit-Sektor nach eigenen Zielen zu gestalten, wurden mit politischem Druck von Seiten der Mitarbeiter des Nonprofit-Sektors beantwortet. Das Ergebnis waren die Anfänge eines Dienstleistungsvertragssystems und die verstärkte Interessenorganisation innerhalb des Nonprofit-Sektors.

https://doi.org/10.1007/BF02354001 Published online by Cambridge University Press

**Paul G. Schervish und John J. Havens**

*Zur Erklärung der U-förmigen Kurve*

In einem früheren Artikel zeigten wir, daß in einer Gesamtpopulation von Haushalten unter Einbeziehung von Nicht-Spendern diejenigen Haushalten mit niedrigem Einkommen weniger am Spendenverhalten teilnehmen und einen geringeren Durchschnittsanteil ihres Haushaltseinkommens spenden als Haushalte mit höherem Einkommen. Im vorliegenden Artikel untersuchen wir die relative Freigebigkeit derjenigen Untergruppen von Haushalten, die für Wohltätigkeitszwecke spenden. Wir benutzen für unsere Untersuchung Daten, die 1990 in einer nationalen Erhebung über Spenden und Freiwilligenarbeit in den USA durch die Gallup-Organisation durchgeführt wurde. Im ersten Abschnitt besprechen wir die Faktoren, die die Aufwärtskurve der Gesamtpopulation aller Haushalte auszeichnen, sowie die U-förmige Kurve, die die Untergruppe der Spenderhaushalte beschreibt. Im zweiten Abschnitt zeigen wir, daß ein wesentlicher Teil der Krümmung in der U-förmigen Beziehung auf religiösen Spenden beruht. Im dritten Abschnitt zeigen wir, daß das Spendenaufkommen der 7%-Kategorie hoher Spender die Krümmung verstärkt, während das Spendenaufkommen der 93% Normalspender die Krümmung abschwächt. Im vierten Abschnitt verbinden wir die vorausgegangenen zwei Untersuchungen, indem wir nach Mustern religiösen und nicht-religiösen Spendens für Normalspender und hohe Spender suchen. Wir gelangen zu der Schlußfolgerung, daß das Einkommen kein zuverlässiger Indikator dafür ist, wer großzügig oder egoistisch im Hinblick auf philanthropische Spenden handelt.

---

**Resumenes**[c]

**David Deacon, Natalie Fenton y Beth Walker**

*Comunicando filantropía: los medios de comunicación y el sector benéfico voluntario en Gran Bretaña*

Bien se trate de buscar recursos o de realizar su labor, las organizaciones benéficas y voluntarias siempre han tenido necesidad de hacer pública su existencia. Sin embargo, debido a los importantes cambios que está experimentando el sector en Gran Bretaña, tanto en el papel que ha de desempeñar, como en la forma de obtener fondos, la cuestión de la publicidad ha adquirido una especial trascendencia. Este artículo trata de dichos cambios y proporciona los resultados preliminares de una investigación a gran escala, realizada con el fin de conocer las actitudes de los medios de comunicación y del público en general, para con las actividades de las organizaciones benéficas y voluntarias. Examina la forma en que los principales medios de comunicación informan acerca de la actividad de las organizaciones benéficas voluntarias y cómo estos enfoques dependen de las percepciones que los profesionales de los medios informativos tengan de los diversos tipos de trabajos benéficos voluntarios y de los juicios de valor que emitan sobre los mismos.

https://doi.org/10.1007/BF02354001 Published online by Cambridge University Press