

安全食品的信任建构机制*

——以H市“菜团”为例

帅 满

提要: 本文用案例经验呈现个体消费者如何通过结成团体建构安全食品的信任机制,并试图用经验与相关的信任演化理论对话。菜团建立了一套个体消费者、菜团、生产者、农夫市集四者环环相扣、由关系到网络结构而形成的独特信任体系,从而消费到值得信赖的产品。菜团的信任演化经验显示了转型时期国人信任建构的丰富性和复杂性,既有传统的人际信任发展的某些普遍特征,也有与西方学者总结的信任演化模式极为不同的某些特质。

关键词: 食品安全 信任 信任建构 信任演化 “菜团”

一、问题、理论与方法

我国近年频发的食品安全事件表明食品安全信任危机之严重(崔彬、伊静静,2012),国民采取各种各样的方法应对主食、蔬菜类食材的食品安全问题:一是个别城市和一些机关、企业建立自成一体的食品供应体系、渠道(郑东阳、戴平,2011;鲍小东,2011a;中正网,2011;人民网,2010;南都周刊,2011);二是民众以个体的方式购买规格和价格更高的农产品,如购买有认证的无公害、绿色、有机食品,^①购买“供港蔬菜”,加入农业合作社、农场俱乐部(鲍小东,2011b);三是市民自己采取直接措施应对食品安全问题,如在自己的菜园里种菜,搞“自供”(闵良臣,2010),城市兴起居民充分利用阳台、屋顶、楼道、小区空地、城市公共绿地等空间种菜的热潮(徐天宇,2011);^②四是购买认识的、本地种菜者卖的菜。每一类方法都用自己的方式

* 本文由作者的硕士论文修改而成,感谢陈映芳、罗家德两位恩师给予的耐心点拨和精心指导! 阎云翔、Nicholas Tapp、沈原、罗卡、吴同、刘拥华、吴旭、罗国芬、孙哲、卫伟等老师、前辈在选题和写作过程中给予我诸多启发和帮助,一并致谢! 文责自负。本论文为国家社科基金重大项目《现代社会信任模式与机制研究》(编号:11&ZD149)子课题《现代社会的群际信任模式与机制》的研究成果。

^① 我国从上世纪90年代以来,为了应对加入WTO、满足民众需求等,为食品设置了等级:普通食品、无公害食品、绿色食品和有机食品;后三档食品均应经过相关部门认证,且越往后,等级越高,价格也越高(靳明,2008:22)。

^② 近两年出版的《在阳台上种菜》、《在阳台种美味》、《我的幸福农场:阳台种菜DIY》等相关图书也显示关注和尝试阳台种菜的人越来越多。

和逻辑建构一套信任体系，从而使特定的社会成员消费到安全食品。那么 H 市^①出现的旨在沟通消费者和生产者，通过考察符合自己理念和要求的生产者，再以共同购买的形式消费健康食品的消费者团体，即“菜团”，是如何使消费者对食品的安全性产生信任的呢？

食品安全问题的既有研究多采用制度分析或国际视野对比研究的方法，分析我国食品安全问题产生的原因并提供解决思路（安雪铭，2010；张进程，2010；曾莉娜，2010），但多数均为政策和理论层面或案例、文本研究，实地经验研究相对缺乏。

信任研究近几十年来在国外学术界已成热点，按照不同的标准，可以对信任进行不同的分类：比如特殊/普遍信任（韦伯，2010；李伟民、梁玉成，2002；Luo,., 2005）区分、人际/制度信任（卢曼，2005）、人际/系统信任（郑也夫，1995：170）、可计算/制度/个人的信任（Williamson，1996）等。关于信任的形成、发展与演化，学界有如下几个方面的研究。

一是关于信任的来源。西方经济学理论中有重复博弈导致信任的基本假说（Burt & Knez，2003/1996），社会学界对信任来源的分析则更为丰富和精细。有学者总结出有基于人格、制度、计算、认知、知识、情感的六类信任（向长江、陈平，2003）；按照一般/特殊信任的划分，信任来源包括制度规范、理性算计、群体的社会认同、个人因素等，具体包括制度、人格特质、认同、吓阻、计算、情感、社会交换、互相为利（Luo, 2005；罗家德、叶勇助，2007；罗家德，2010：199-207）；按照关系/网络结构的划分，信任来源分别包括互相为利的信任、可信赖行为与第三方介绍带来的信任、以情感为基础的信任、以人情交换为基础的信任、以封闭网络结构为基础的信任、以认同为基础的信任、以口碑为基础的信任、关系网动员而产生的小团体等（罗家德、李智超，2012）。

二是信任建构与发展的逻辑。按照人际/系统信任的划分，信任的建构和发展包括人际和系统信任建构两个要素（郑也夫，1995：170）。我国人际间的信任是有差别的，信任度的总体趋势是由家人连带、熟人连带到弱连带、无连带逐渐减少（李伟民、梁玉成，2002；罗家德、叶勇助，2007：64）。由于信任有大致的边界和区分，并且同时又是有弹性的，因而建构人际信任就是要模糊或越过外人/自己人之间的信任边界，从无连带或弱连带提升到熟人连带、拟似家人连带，“拟亲”化，成为“自己人”（杨宜音，1999），信任建构和增进的目的就达到了，即从圈子外到进入圈内、从圈子边缘到进入圈子核心（罗家德等，2012）。具体的信任建构方法既包括工具性的、感情性的，也包括法制手段等（彭泗清，1999；杨中芳、彭泗清，1999）。而建

^① 按照学术惯例，文中出现的地名、人名均做过技术处理。

构系统信任则必须从特殊走向普遍，建立一种普遍主义的信任结构（郑也夫，1995：44-45；张静，1997；王飞雪、山岸俊男，1999；翟学伟，2003，2011）。

三是关于信任演化阶段。在商务关系产生过程中有阻吓/认识/认同为基础的三种不同的信任模式（Shapiro et al.,1992），此后有学者发现这一分类对职业化关系中的信任产生也非常适用，他们把以谋算型/了解型/认同型信任视为信任发展的三个阶段，信任随阶段进展而增强，呈现了一个动态的信任发展过程（Lewicki & Bunker,2003/1996）。本土心理学者认为根据中国人人际关系既定、工具和情感三种成分的划分，信任发展也有知根知底、知人知面、知己知心三个发展阶段（杨中芳、彭泗清，1999），且情感性成分的增加在信任升级中起到了关键作用（Hwang, 1987；杨宜音，1995）。

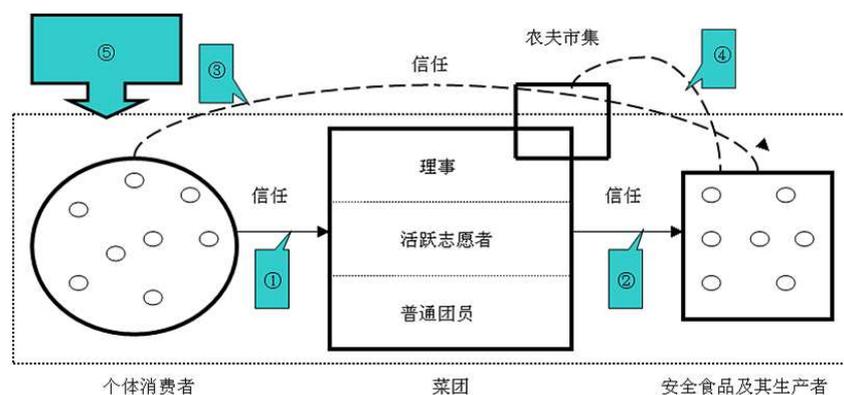
已有研究对不信任的研究较少，结合经验分析信任生成的研究（陈盼，2005；刘丹，2008；房莉杰，2009）更是稀缺。本文试图从信任来源和信任建构方式/方法的角度，结合既有理论研究，通过对一个因现有体制不能确保信任而自发行动形成“自组织”（罗家德，2011a：26）的团体进行调查和研究，用田野调查方法而非宏观政策借鉴、推论推导，对其信任建构和发展的过程及其逻辑进行考察，希望这个工作能推进我国食品安全与信任建构与演化问题的研究。

研究方法方面，本文采用了文献法和质性研究方法，辅以少量结构式问卷调查。前期的准备工作，主要是阅读文献和收集二手资料。田野调查从2010年9月至2011年12月，历时15个月，获得了翔实的资料。调查的主要群体是菜团理事及成员；调查方法：浏览菜团QQ群聊天记录、关注菜团豆瓣动态、关注菜团论坛、关注理事和相关成员的博客和微博，对菜团沙龙相关人员的观点和谈话进行记录，并对其中一些人进行半结构和无结构式的访谈。对农场主的调查则主要通过菜团和市集的沙龙，听农场主讲述自己的故事，并通过实地走访农场获得信息，进行必要的访谈。对市集组织者和志愿者进行个案深度访谈。对赶集者进行问卷调查和半结构式访谈。笔者是作为菜团的关注者和市集的志愿者身份参与调查的，既有非参与观察，又有参与观察，在“观察连续体”中属于“作为参与者的观察者”（陈向明，2000：62）。

二、“菜团”的安全食品信任建构环节

针对菜团形成过程和运作状况，结合信任建构和演化理论，本文拟出如下的经验—理论图表（见图1），下文会对图1中划分的①②③

这几个信任建构环节和④⑤两步的信任结构体系分别逐次进行分析和论证。



- ①认同+关系网动员：个体消费者形成菜团（个体—团体）
- ②认同+技术控制+关系运作：菜团找到合作生产者（团体—团体）
- ③信任传递+可信赖性检测：团员信任生产者（个体—团体—团体）
- ④利益无关第三方监督增进信任：农夫市集助力监督（团体—团体）
- ⑤基于封闭性产生的信任：围绕菜团而形成的信任框架（结构）

图1 “菜团”的信任体系

（一）认同与关系网动员：菜团的形成与发展

1. 因认同结成团体

菜团的发起源于自称“本职工作是网络工程师，IT民工，环保志愿者”的于戊和老J两人的聊天。

我是2007年加入自然之友，以后就经常参加各种NGO活动。和老J认识是在2008年12月份，某NGO组织的一次分享会上，老J汇报他在NH种地一年的体会，从此，我就开始和老J联系，并且支持他2009年在MGS试验，再到2010年到CM(试验)。(2011年11月7日于戊邮件)

后来于戊与他的环保志愿者朋友说起老J的事，他们也对老J的理念非常认同，决定以预付款的形式支持他做生态农业试验。试验第一年，土地规模小、人员少、种植经验缺乏，收成非常少，但大家还是决定做下去，不过合作模式发生了一些变化。

去年大家想还是想扩大一点规模，支持力度大一点。当然这个也是受到台湾的主妇联盟的启发啦。成立这个团体，让更多的人一起来做这个事情。后来就是通过朋友传朋友，通过网络，各种各样的渠道，去采购。到了去年9月份，我们就正式成立了“菜团”。（2011年6月11日于戊访谈）

吉登斯吸收心理学家埃里克森的思想，认为信任是个人本体安全系统的基础（梁克，2002），“对他人的信任是一种持久而经常性的心理需要”（吉登斯，2011：86），当信任感缺失时，会产生“存在性焦虑”（吉登斯，2011：87）。老J在农村蹲点，目睹依赖农药、化肥等的石油农业导致生态环境恶化而想尝试不用农药化肥是否有收获的可能。菜团最早发起人于戊和环保志愿者同仁最初就是因为关注环保和生态问题而对老J产生了兴趣，关注环保和生态是对社会现实的一种思考和担忧，正是吉登斯说的因本体性安全缺失所产生的存在性焦虑。面对环境污染、生态破坏以及食品安全问题堪忧的社会现实，也出于对后代的关爱，安全食品行动者出现了。菜团是环境和生态系统遭到一定程度破坏、食品安全信任缺失后因担心本体性安全受威胁、为消除存在性焦虑而发起的行动。

如果就是我们大人自己，吃什么都没那么有所谓，我们也不会那么急于行动，但是因为小孩子，这个事情拖不起。（2011年7月2日于戊访谈）

我自己身体不大好，很关注养生之类的事情，中医之类的，我可以推荐你一个网站，叫三七养生网，可以学到很多东西。我通过这些相关的网站，也认识了很多人，大家有时候会交流，有什么活动我也会参加。我觉得一个人要身体好，吃当然是非常重要的，病从口入嘛，所以我就想吃健康一点的菜。我老公和于戊认识，我觉得菜团不错，所以我们就在那边买菜了。女儿上幼儿园了，也希望她吃健康一点。（2010年9月11日菜团团员访谈）

而且我和你不一样啊。我年底是准备要宝宝了，所以更要注意（哪些有问题的东西不能吃），之前是比较注意。（2011年8月4日菜团QQ群聊天记录）

我是认识XX才买她那的菜的，现在关于食品安全的报道那么多，让人不放心，再说又有了小孩子，所以就更关注了，买这些农产品总归放心一点。（2011年9月25日菜团团员访谈）

人们倾向于与自己类似的人建立信任关系（伯特，2011：17），因认同而结成圈子是中国人建立信任的关键步骤（罗家德，2011b），菜团基于以认同为基础的信任（Sheppard & Tuchinsky, 1996）而建立。社会学中的认同概念偏重于对社会现象的一致性（身份、地位、利益、归属等）、人们对此的共识以及对社会关系的影响（王春光，2001）这三个要素的强调，对照这些要素可以发现，安全食品行动者已经形成了认同。首先，安全食品行动者的中产身份非常明显。菜团团员一般在“30-40岁之间，上有老，下有小”，团员有购买高于普通食品价格食品的能力，且多数有轿车。2011年9月25日笔者在农夫市集上随机调查的14位赶集者中，1位在H市居住时间不到3年，2位3-5年，11位6年以上；12位愿意透露收入的赶集者中5人年收入8-10万元，6人15万元及以上。其次，具有生态、环保理念，追求安全食品，关注本体性安全是这些人的共识。最后，愿意通过结识朋友，并以数额不小的预付款形式支持生产者进行农业试验和生产，敢想敢做，以实际行动去获得安全食品。于戊及其他环保志愿者因为共同关注环境和生态问题而聚合在一起并与老J合作，进行生态农业试验，对环境和生态的保护是他们的共同理念、共识，也是信任得以建立的关键原因。基于共性产生的信任尤其体现在乌有之乡的几个成员与环保志愿者的合作上：

当时还有乌有之乡的几个人，他们是属于比较激进的左派，我们也觉得到底要不要让他们先加入进来呢，考虑过。但是后来呢，XX就说，我们不参与他们的政治方面的讨论，人家有这方面的生活的，共同的目标，那就可以。只要他们不在我们的群里头，不在我们的网站上说一些过激的话，那也可以。（2011年10月2日菜团团员访谈）

虽然政治理念有分歧，但是共同的目标和认同使大家走在了一起。

2. 关系网动员与“菜团”的发展

认同是菜团形成的源动力，连带关系（Granovetter, 1973）与关系运作（彭泗清，1999）则是菜团形成和发展的直接推动力。核心成员的关系网动员以及第三方介绍使团体的成员越来越多。

最初我们一批人呢，都是环保志愿者。于戊是在自然之友，我呢，包括XX、XXX是在某NGO，做环保的。当时呢，那会儿不是转基因食品讨论得也蛮多的。然后大家就说，那能不能不去吃那些东西，有没有生态农业。（2011年10月2日菜团团员访谈）

菜团发起人于戊动员的第一批参与老J生态农业试验的是他做环

保志愿者结识的一群关注环保的朋友。菜团成立后，根据活动参与频率和热心程度，团员可以大致分为理事、活跃志愿者和普通团员三类。前两类加起来有十人，他们构成了菜团吸引新成员的动员主力和核心团队。据理事许西介绍，有一半的团员是理事长于戊介绍来的，包括他的同事、朋友和兴趣团体的同好。笔者在观察中还发现，搞活动需要志愿者或需要人响应时，团员们，尤其是理事，都会积极动员自己的朋友来参加，比如理事汤明，在某次市集上笔者碰到的两位菜团志愿者都是她私人“拉”过来的，她还“煽动”自己的日本朋友参加菜团组织的QP农场考察活动。

成员的发展，通过带动、影响的方式进行：

大家就说口口相传嘛，基本上就是。我跟我周边的朋友去说，她跟她周边的朋友去说。有时候菜吃不完，一个星期配送一次，放在那个地方也就坏掉了，就送给别人吃，吃了之后觉得确实不错。包括我们做环保活动的时候，老丁会提供一些大米之类的，就把这些免费捐赠给我们的，我们就把这些当作参加活动的礼品发放给居民。做垃圾分类嘛，到社区，给他们讲都是非转基因的……（2011年10月2日菜团团员访谈）

有一小部分团员是通过网络途径，或是参加农夫市集而对菜团产生兴趣，他们的参与，与自身的理念和意愿大有关系，也与菜团理事和志愿者的热情帮助密切相关：

大概今年3月知道菜团，于是我回家就去老丁地里，去陈庄主地里看，然后还看了下《一根稻草的革命》，然后就流连于网上各种杂七杂八的信息和知识，什么都沾一点边的知道下。还有XX，于戊，组长XX的热情电话，耐心解释，觉得菜团不错，因为父母农民出身，自己家里也有地，总有那种农民情结，希望自己吃好，希望帮助农民，更希望CM所有农户都像他们一样种植，那就是真正的生态岛了，但这个需要我们消费者做努力和贡献。（菜团豆瓣小组的团员自述）

通过这样的传播方式，菜团成员由2010年9月成立时的35户，到2011年6月的50户，2011年10月时达到了70户，截至2011年12月18日为71户。由于团员都是以家庭为单位的，所以菜团的实际影响人群已经超过了200人，而且影响范围仍在逐步扩大。团员以自己的人际关系网络影响和动员其他人加入，“因为XX，我相信菜团”的说法表明了第三方介绍带来的信任在团员动员上发挥了巨大的功效。正因为如此，菜团QQ群里理事讨论应以“团员影响非团员”来

扩大菜团的影响。

3. 团员对“菜团”的信任

如图 1 所示，个体消费者因认同而凝聚，核心成员的关系网动员、经第三方介绍而加入使团员逐步增加，并建立了对菜团的信任，这种动员方式也体现了国人倾向于信任与自己有关系、关系较近的人的特点。

杨宜音提出了“自己人”概念来探讨中国人人际信任建构的逻辑，中国人是将他人包容进自我(家)边界之内而形成信任边界的(杨宜音, 1999)。菜团共同体的边界以无形的网络虚拟和有形的组织实体两种方式存在，有形的边界为团员大会和小组划分，网络虚拟组织包括菜团 QQ 群、豆瓣小组和论坛等。菜团群成员主要包括：菜团成员及其配偶、菜团关注者(包括外地)、农场主(包括外地)及其配偶等。菜团的论坛也通过理事、团员等板块设置了不同的进入门槛，这些都是无形的边界。因为强关系而加入菜团的成员，本身就有一个把自己的朋友纳入信任边界的过程，而加入菜团后，成为菜团小组的一员、QQ 群的一员，也即加入了这个共同体的一个组织，即建构了一个自己人的边界，而在沟通和交往中，又加强了这种自己人的感觉和观念。互联网和高科技通讯传播方便、快捷和覆盖面广的特点，使理念和认同一致的人有了汇聚在一起的信息管道，使陌生人转化为熟人成为可能，也使本已认识的人沟通更加顺畅，互联网在菜团发展的每一步中均起到了不容忽视的作用。

除了团员和理事会议、按片区划分的小组会议加强团队内部建设，形成团体认同，菜团还有一系列的环保、养生类讲座和沙龙、亲子活动、自然教育以及农场参访/劳动/收获、农夫市集上的对外宣传和纳新活动。菜团活动允许带小孩参加，有时甚至一律免除小孩的活动费用，体现了菜团人性化的一面，以及以自身理念、行动影响和教育下一代的希冀。菜团的每次活动，都可以见到小孩的身影，活动结束后均可见到成为玩伴的小孩恋恋不舍分别的情形。在与外群体的接触和互动过程中，团体边界在团员身份上彰显，有助于团员对自己身份的识别和强化。因此，这些会议和活动又进一步凝聚和增进了大家对菜团的认同。

(二) 认同、技术控制与关系运作：菜团与生产者的信任关系建构

成立团体后，以理事为骨干的菜团需要履行其委托和代理角色，负责为团员寻找和挑选安全食品生产者及其生产的食材：先由理事或团员考察农场后，再集体讨论并投票决定与哪个农场合作。

1. 寻找生产者：认同一致与技术控制

基于成员的生态和环保理念，菜团追求的产品有清晰的界定，即

“三条红线”：不使用转基因、农药化肥、除草剂、激素；履行公平贸易；本地购买。为了找到值得信赖的安全食品，菜团首先要寻找理念一致、可信赖的生产者。

菜团的成立有具体性和抽象性的双重目的，具体是指作为消费者联盟，菜团旨在建立生态种植的农场和消费者的对接，为消费者找到安全、健康的食材，三条红线就是团体对自己消费品的定位；抽象是指菜团成员的公益性、理想性以及对自己现状的一些反思，菜团倡导消费相对安全的农产品，希望以自己的理念和行动影响更多的人，给农场主和农场带来改变，如改善环境污染和破坏的现状，让农民在市场上得到更加公正的待遇，推进三农问题的解决，使农村空洞化得到缓解，推动食品安全问题的解决。菜团理事说找合适的农场其实关键在找合适的人，生产者是关键，只有生产者值得信赖，其产品才会得到菜团的认可。团员与生产者的认同体现在其对绿色食品以及生态、环保生活方式的追求上，后者在满足自己生活需求的基础上把多余的产品让渡给前者，但使双方超越买卖关系的是共同的诉求，生产者对理念和生活方式的坚持是第一位的，赢利是第二位的，所以，菜团合作的三家农场即使在保本和亏本的边缘也一如既往地经营下去。

除了实地考察与交谈，与业内人士打探农场信息、通过卖家淘宝的在线信誉反馈系统（纪淑娴，2010）来检验生产者及其食材是否可信也是选择的关键步骤。在线信誉反馈系统主要包括店铺动态评分、买家评论两部分，若所考察的农场在这两方面均有良好的表现，则双方的合作可能性大大增加，以淘宝为代表的互联网商务平台为菜团和生产者直接的沟通和合作起到了巨大的推动作用，它起到了口碑和舆论监督的效果。事实上，与菜团合作的三家农场：白领夫妇用工作养农场梦的 MT 农庄、辞职白领老丁夫妇全心经营的 FD 农场、旨在进行乡村修复计划并进行教育和文化交流的 YX 农场，均有良好的在线信誉，三者中动态评分排行第二的 FD 农场信息如图 2。

- 米好，天然，价钱真的太贵，来广东都 18 元一斤了，只留给孩子煲粥吃。希望邮费能降一些。
- 卖家包装很用心，布袋也很环保。蒸了馒头，有小时候的味道。支持原生态！

- 到现在来评价是因为真的吃过了。哈哈必须负责的认真的做评价。挺好的，烧粥我放了蛮多水还是很浓的，嘴巴吃的粘粘的，第 2 天的粥汤都像猪皮冻一样，这个米估计磨成粉，作为米粉给宝宝吃也赞的，特此评价，谢谢用心种植的米和用心种植的人... 布袋子也很喜欢!!!



图 2 生产者淘宝店铺动态评分

食材从生产到消费者手中，中间有很多流程，每一个流程都可能产生影响食品质量和安全的因素。为了得到健康食品，菜团力图对食材生产和流通的每一个环节的隐患进行技术控制，从而确保其品质值得信任。首先，在农场区位选择上，菜团选择H市周边开发较晚、生态环境较好地区的农场进行考察和合作，力图保证水、土壤、空气的质量。其次，规范农产品生产方式，低产保质。菜团有自己的消费“红线”，口感和营养为首选，对农产品的种植有一系列要求。由于不使用化肥、杀虫剂等，单位面积产量降低，用相对低产来保证农产品的质量。最后，菜团通过与农场建立比较稳定的合作关系而使交易成为面对面或快递送货上门，实现了餐桌和农场对接，没有收购和经销的环节，做到了中间环节的最小化，缩短消费者和生产者之间的距离。

2. 关系运作增进信任

(1) 连带关系增进信任

互惠互利有助于建立互相为利的信任（罗家德、李智超，2012），菜团和农场主具有双重的关系：一是工具性关系（Hwang, 1987）。一方是消费者，一方是生产者，虽然理念和认同是双方合作的基础，但双方的买卖关系却是从合作之日起就缔结了的，我们也应看到这种商品交易背后有互惠互利在其中起作用。菜团有 60、70 名团员，这些潜在的消费者，对任何小农场来说都是大客户。而菜团选择合作农场时，价格也是非常重要的考量，在第三次团员大会上，就有团员建议菜团今后与农场合作要用团购的形式压价或者让农场给予优惠。二是情感性关系（Hwang, 1987）。菜团 QQ 群上转发的两条微博让人真切地感知团员和农场的关系，它不仅仅是买方和卖方的关系，更是饱含情

感的朋友关系：

(MT 农庄庄主夫人 2011 年 12 月 1 日微博)婆婆提起一件让我很难忘怀的事。过年的时候她手机收到一位菜团成员发来的感谢短信，感谢他们一年辛苦的劳作给大家带来健康的食品。婆婆看到这条短信后，眼泪哗哗地掉下来了。不知道是感动还是觉得自己的委屈得到了理解，反正哭得稀里哗啦的。想想我这么久来也没有这么认真地感谢过公婆，真是有些歉疚。

(团员微博回复)这事我上个月也听说了，我妈去自提蔬菜，和陈妈妈聊上了，短信至今保存着吧，陈妈妈一直说感动得要掉眼泪，也分享了陈妈妈在@农夫市集上的喜悦，两位中老年妇女聊得甚欢，我妈用家乡话回来跟我汇报得绘声绘色。其实农民就是这么真，这么朴素，@菜团的团员，感谢大家的支持。

菜团通过把市场上本来陌生的、无连带的买卖双方的人际关系转变为弱连带(Granovetter, 1973)甚至熟人连带(Luo, 2011)，达到信任网络建立的目的，从而确保消费到健康食品。这也和波兰尼、格兰诺维特的“嵌入”观点一致，市场是嵌入在社会中的。为了确保在分工细密的市场上消费到自己满意的东西，现在大家转而寻求社会，通过社会关系来制约市场。有了社会关系的注入，信任得以建构，特定的消费目的也顺势达到。菜团前团长于戊这样表述自己和农场主老 J 的关系：

包括我，我那时候到老 J 那里，也会出现很多问题，当然也会吵架，但是这个吵架是那种很能容忍的吵架，吵是吵，但是吵过之后还是能合作，因为基础在这里，只要不往心里去就可以了。
(2011 年 9 月 18 日访谈于戊)

在频繁的互动中，老 J 和于戊已经不仅仅是合作伙伴，更是朋友。吵架而不影响彼此友情，双方形成了良好的关系。

团员与农场主有一个从陌生到熟悉的过程，因为有共同的关于食品和农业等的理念，所以非常容易形成熟人连带，他们每年都会通过形式丰富的活动聚在一起。团员和农场主的见面和认识，对于促进双方信任的建立起着巨大的作用：

当我看到黑黑的老 J，感觉他是个很用心的白领农民。所以我放心的买他的面粉。(2011 年 9 月 19 日，菜团 QQ 群聊天记录)

市集的一位参与者也坦言见面形成的连带关系对于建构信任的重要作用:

在这个信任脆弱的年代,媒体报道了那么多的食品安全问题,所以都不相信了,所以我现在不信认证,因为那些认证都不知道是怎么来的。我只认人。面对面见过的,值得信赖的人,就会有感觉的,信任就建立起来了。(2011年10月30日农夫市集参与者访谈)

(2) 不信任增进信任

学界对不信任鲜有专门的论述,仅有个别学者认识到“不信任”的重要性(向长江、陈平,2003)。郑也夫吸收卢曼的观点,认为不信任的积极功能不仅体现在与信任相反相成,完成简化功能;还体现在相辅相成,甚至促进信任(郑也夫,2001:104)。彼得·什托姆普卡则认为,不信任和信任一样,也是一种赌博,他把怀疑看成中立的情形,即“信任和不信任都是悬而未决的”,“怀疑既可能是信任破坏的前奏,也可能是不信任结束的预兆”,不信任“导致积极性的减少、孤立和防御性的敌对行为”(什托姆普卡,2005:34、140)。不信任既有正功能也有负功能,但要区分发生情境,本文的田野发现菜团非常善于运用“不信任”策略来增进对生产者的信任。

策略之一:“给他们信任”,给对方施加信任负担。

实际上食品安全说到底还是个信任问题,我们要重建信任,怎么样重建呢。首先是我们给出我们自己的信任,我相信这个生产者好的,我把我的信任给他,我相信人心都是肉长的,我们买他们的菜其实并不便宜,他们送什么来给我们我们就吃什么,数量我们是有限定的,一次8斤,但是他具体送什么,我们不知道。他送来什么吃什么。我们平均下来是7块钱一斤的蔬菜,比普通的贵上一倍多,所以我相信人心都是肉长的,我给这个价格给他,中间还没有中间环节,我们这个钱是直接给到农户手里的,我相信他不会害我吧。大家建立信任这样一个关系。(2011年6月11日田野记录)

在物质和人格上先给予对方信任,用“信任负担”(王小迅,1992)来给对方形成压力,以期收获对方对等的信任。通常情况下,对方迫于压力会回报对等的信任,但是信任压力不宜过大也不宜过小。团员个体也经常对农场主施加信任负担,即通过各种渠道发布自己对收到食材的看法,让农场主给予反馈。比如:

我每次拿道菜要去微博晒一下，这不只是好玩，也是为了督促他们能一直保持下去，那天我只收到三样菜，我也会去晒，大家自然都看见。（2011年9月19日菜团QQ群聊天记录）

策略之二：“吓唬他”，告诉对方不守信用会有何后果，形成威慑力。

因为地具体在哪里，我们都去看过的，会向所有团员公开的。如果我们查到你有用农药的话，那你要把所有的钱都退回给我们。虽然还没有真正实行过，但是还是会有威慑力的，我们毕竟是一个团体，如果发现了不太好的，我想对你的声誉来讲影响会比较大的。因为毕竟我们的声音比较大嘛，我们可以在网上说啊。如果整个菜团买的菜都有问题，那我想你们以后在这个圈子里也很难生存了。这也是团体的力量。（2011年6月11日田野记录）

菜团与农场约定不定期暗访或明访农场，即不仅通过连带关系确保品质，还通过不信任形式形成对农场的监督，更好地确保产品质量。并且，双方的合作不是固定不变的，可以“用脚投票”，实行双向选择，对双方形成无形的监督。菜团提出了“抱团监督”的概念，认为不同背景的消费者组成团体，联合与生产者交易，不仅可以放大个人力量，避免个人知识不足，同时，团体内部的公开透明和民主议事，也可制约由团体内部人员出于私利而造成的立场偏颇。

策略之三：有形不信任：实地考察。

如果说威慑尚属无形的不信任，那么实地考察农场，检验其是否有违约行为便是有形的不信任了。实地考察分菜团组织成员去农场举办活动和个体团员前去考察两种形式。“如果你是一个生产者，当别人来你地里的时候，你会不会紧张？肯定会紧张嘛，这样目的就达到了”（2011年10月30日访谈于戊）。农场和菜团还签订了协议，约定菜团不定期去农场搞活动，同时也规定每个团员一定时间内到农场参加劳动的小时数。对于农场来说，顾客来农场是对农场和劳动者的重视、关心，同时也增加农场主的自信；对消费者来说，则可以形成对农场的监督，同时拉近彼此的关系，增进信任。

（三）信任传递与可信赖性检测：作为个体消费者的团员获得安全食品

个体消费者信任菜团，菜团再以团体的名义建立与农场和农场主的信任，因而，对个体消费者而言，菜团承担了第三方介绍带来信任

的功能（罗家德、李智超，2012），从而使他们对农场和农场主产生信任，形成了一个信任传递的链条。团员向经菜团介绍和推荐的卖家采购即为这种信任的体现，消费即是信任投票。

正如农民工求职需要强信任来重复印证（翟学伟，2003）以辨识信息的真伪，信任的链条虽然建立了，但后续的信任检测和确保决定着信任能否持续和加强，可信赖性检测合格与否决定着信任关系是否能不断升级。菜团考察和投票选出拟合作农场后，通过“试吃”来检验生产者及其食材是否可信赖。“我们选的都是去看的时候觉得比较好的，但是毕竟他也没有经过认证，我们也没有去检查，但是不久后我们可能会去抽检，这种怀疑呢还是有的”（2011年6月11日田野记录）。这个时段为多管道的信任检验提供了空间，如果吃下来感觉好，听到、看到其他买家的评价都不错，就可以建立长期的合作关系。

1. 测试农场的可信赖性

加入菜团，稳定购买农场的食材也不意味着对农场没有丝毫疑虑，疑虑是在互动中、在一系列的测试农场的可信赖性中逐步消除的。以下是一位团员自述的与农场互动过程：

陈庄主那里自提次数我算最多吧……和陈爸偶有闲谈，去过几次地里，挺有感触，他的确是热爱这片土地的人，也比较专业。巧合是初中同班同学和庄主是邻居，也算是间接考察吧，当初向同学打探了下种植情况，取得了我的初步信任。再说下自己的考察，队伍算够庞大的，带着父母，儿子和老公……其实一开始购买总有试探和怀疑的感觉，谁能保证我快递到的东西质量如何呢？几次上门结果，主要是消除我“当天采摘”的疑虑，还有去留心有没有疑似化学物质的痕迹。有一次周一上午去的，家里没菜，农民们都在地里，只好傍晚再去。还有一次上午下雨，农民一边在运回生菜，一边农民在分拣去掉外面的叶子。当然比如，冬瓜，南瓜一些肯定就不是当天采摘啦。记得是台风暴雨那段吧，家里一筐筐黄瓜提前采摘了。妈妈更绝，和农民聊天打探种植内幕，问陈爸讨菜苗之类，还偷学到了几招种植技术，她欢得不得了。也碰到过浙大的教授在地里视察，建议一些播种实施和对虫害的观察，并带着女儿在田间学习，好羡慕啊。记得，有一次去买菜，和陈爸聊起来，我问他，小番茄还不懂是不是转基因的问题，我们这些消费者也还不专业。他真实又坚定的说：应该不会，种子和浙大老师说的时，再三强调不能转基因的。其实，没有证据，就是这种朴实的话吧，让人感觉听了非常舒坦，更觉得生产者和消费者要互助互学。也看到他们由于菜品由于派送等问题接受的抱怨和一直在做的努力，只是这些努力，如果不说出来，

就得不到消费者的理解和认可，也挺郁闷的，而且因为菜团还在摸索状态，农庄也刚做了一年多，婴儿期的跌跌撞撞总要有，希望互相理解支持，共同进步。（菜团豆瓣小组团员发帖自述）

向熟人打听农场信息是用一种非直接的、通过了解农场的声誉来增加信任的方式，这是一种侧面的信任检测，得到正面答案即可建立初步信任；非预期性探访、聊天打探种植内幕属于实地探访的直接监督，信任逐步增加；看到莅临指导的专家，进一步增进了对农场的信任；“朴实的话”和看到卖家不易等，使团员与农场主的关系，从外在的监督者与被考察者变为混入感情成分的复杂互动，在工具性关系中加入了感情性成分，使双方的信任和关系升级，达到了“知己知心”（杨中芳、彭泗清，1999）的阶段。

2. 凭感官验证信任

团员凭感官、经验印证食品质量，印证对生产者的信任。于戊说观感和口感可以辨识菜的品质，生态农产品吃起来口感完全不一样，有小时候吃过的菜的味道，他是从农村出来的，所以有经验。事实上，消费者用这两种方式确认信任的方式非常普遍。请看一组回帖：

汇报下，昨天的有机菜虫虫有点多了。第一次吃有机菜，有点晕，不过南瓜和冬瓜非常好吃。（2011年9月7日菜团QQ群聊天记录）

本次收到的鸡毛菜、番茄、苦瓜、黄瓜、甜瓜、米苋、空心菜、小番茄，除了青杆空心菜略有些老外，番茄卖相有点长僵的样子，但是吃口不错，鸡毛菜、米苋相当不错，米苋炒出来非常糯，甜瓜很清甜，黄瓜还带刺，很新鲜适合凉拌吃。黑猫快递用的还是纸箱子，小番茄有几个被压坏了，整体上很不错。（MT 农庄淘宝买家评论）

下午收到的米，因有事晚上外出就餐，但临走前还是煮了些米，晚上回到家米饭已经煮好了，尝了一口，好甜的米饭，盛了一碗就着一小片腊肉下了肚，还不过瘾又盛了两碗白饭就这么空口吃下去，一锅米饭快被我吃干净啦。米饭带着甜还很有咬劲，吃口很不错。感谢老J和他的团队提供了这么好吃又安全健康的好大米，要一直坚持做下去哦，支持你们！（FD 农场淘宝买家评论）

笔者吃过几次农夫市集上农场主种植的农产品，甜瓜和西瓜与普通的相比，肉质更紧，糖分更多，口感更甜。菜团成员、市集参与者的反馈及笔者的亲身体验显示，安全食品在外形和口感上都有其特殊性，这也是消费者确认农产品品质、担保信任的一种方式。

三、安全食品的结构性信任体系与信任演化模式

（一）农夫市集：第三方身份助力监督

农夫市集旨在搭建一个健康食品生产者和消费者的面对面交流平台，市集为生产者提供摊位，负责遴选符合要求的生产者：一、不使用化学制剂和转基因种子；二、不持有有机认证；三、不是拥有巨大规模和巨大资本投入的企业化农场。作为一个公益性的组织，它的举办得到了多方的帮助和支持，每次赶集人数都达三百人以上。菜团的三家合作农场均是农夫市集的参与者，也是生产者联盟成员，对于团员来说，农夫市集为他们建构安全食品信任又多了一重“防护网”，对菜团而言，农夫市集作为利益无关的第三方身份（谢朝霞，2011：33-34），其监督有公信力。同时也为菜团纳新提供了时机。

据农夫市集的组织者介绍，在一次农夫市集上，有一位在工商部门工作的赶集者把从农夫市集买去的食材进行检验，果然没有发现农药残留。市集由于其面向所有公众的性质，赶集者来自各个行业和阶层，既有有方法检测食材的专家进行专业的、直接的监督，也有生活经验丰富的市民提供自己的观感和见解；感兴趣的人既可以在农夫市集上和生产者当面交流，也可以前往农场实地考察和观摩。方法多样、层次广泛的监督可以测试农场主及其食材是否值得信赖。

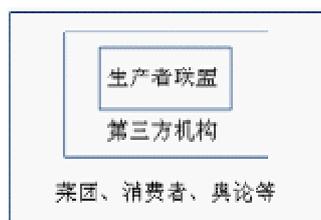


图3 市集组织者设想的市集监督结构

农夫市集有层次丰富的检验和监督体系：第一层是市集组织者通过实地探访、向业界人士打探消息等对生产者进行考核，看其是否有入场资格。第二层依靠赶集者和消费者、消费团体等，这是一种全方

位、直接的监督。第三层是生产者联盟。经农夫市集组织方提议，在第五次市集上，8家生产者成立了生产者联盟，实行内部监督。市集要求8家农场分别为自己找一个担保人，因此把8家农场串在了一起，每个农场每年必须去其他农场四次，被走访两次。“其实也不是要大家真的得出一个是否用药等非黑即白的结论，我们的目的是监督……大家是栓在一根绳子上的蚂蚱。大家休戚与共，出了问题大家都遭殃，烂也烂在了一起”（2011年10月30日访谈于戊）。

当个体消费者与菜团、菜团与生产者建立了信任机制后，农夫市集作为外在于菜团和生产者的一个平台，把二者及其众多生产者置于广大H市人民的监督之下，农夫市集作为一个第三方身份性质的机构，有助于检测生产者是否可信赖。

（二）封闭性信任结构的形成

个体消费者因认同而形成团体，核心成员的关系网动员，第三方介绍使团员逐步增加，消费者确立了对菜团的信任，完成了第一步的信任建构。承担委托和代理功能的菜团为团员寻找合作的农场，首先要找到理念契合、认同一致的农场主，再用一系列的技术措施包括互惠互利的嵌入性关系、不信任策略的运用等来增进彼此信任，第二步信任建构完成。个体消费者经由菜团的信任传递，建立了对生产者及其食材的信任，从而使信任传递的第三步达成，菜团团员获得安全食品。农夫市集作为外在于生产者和消费者的利益无关第三方，助力菜团对生产者的监督，增加信任砝码，信任体系的第四环确立。四个环节完成，第五步，即形成信任结构才成为可能。而这个结构又是以菜团为核心的。不仅普通个体消费者加入菜团，成为其团员，在2011年12月18日的第三次菜团团员大会上，为了让生产者更多更好地为菜团出谋划策，在菜团理事的建议和感召下，包括三家与菜团合作的农场主在内的近十位农场主也加入了菜团；农夫市集的第一次举办，菜团也以主办方的角色亮相，此后，虽不担任主办方，但一直是参与者，作为消费者团体与市民见面。团员、生产者、农夫市集这三者，均整合在菜团的名下。前述四环的信任建构是独立运作的，但四环加总之后，使得关系形成网络结构，形成了以菜团为核心、既极具伸缩性又具有结构稳定性的、基于封闭性产生信任的信任体系与结构（罗家德、李智超，2012），安全食品的信任体系成型，信任的第五步环节就此完成。信任结构之成型是前面四环信任建构完成后的总体效果，缺少了前面的任何一环，这一步都不能成立。这个信任体系是在食品安全信任危机严重的背景下，安全食品行动者自我寻求的结果，是菜团团员获得安全食品的原因和保证。

在整个食品安全信任结构形成的过程中，互联网的作用功不可没：从团员内部沟通、资讯发布到感兴趣者通过网络张贴的信息找到组织；从菜团考察生产者网络店铺的口碑和信誉到团员在网上将食材质量和运输问题反馈给生产者；从菜团在网上公示理事会议记录、财务状况到团员、生产者在QQ群、论坛对菜团的运作提出意见和建议，互联网在团员、菜团、生产者、农夫市集、赶集者和感兴趣者之间搭建了一个开放的交流平台。信息反馈和共享、舆论监督、建立共识并产生行动、身份认同均高度依托这一平台，这个平台对产生和增进上述主体之间的信任起到了助推器的作用。

对这个封闭性信任体系最大的一次考验当属理事农场参股风波。2011年8月11日的菜团理事例会，于戊被指农场参股，迫于压力提出退出理事会，其他理事同意。参股指于戊支持老J农场的6万块在于妻的“名分”要求下将她也注册为股东之一（鲍小东，2011c）。参股一事，对理事们的震动非常大，迫于压力，于戊“受不了”、“不干了”。事实上，对于戊参股一事最为介意的就是其他几位理事。齐美尔认为，“关系密切的群体成员之间发生冲突时，比没有共同情感、归属感或亲密感的一群人发生冲突时，其紧张程度会更高”（巴比，2005：36），这正好可以解释这种熟人信任关系破裂的情形。于戊退出理事会后，菜团与老J农场的合作并未受到影响，菜团自身的运作也在按菜团章程程序更换理事后照常运转，这显示了菜团信任结构和系统的稳定性。

（三）“菜团”信任演化模式的理论对话

本文的经验与既有信任研究的对话体现在如下几个方面。

第一，在菜团的形成和发展过程中，基于相同的生态、环保理念，经关系网动员，团员越来越多，菜团逐渐发展壮大。这个过程与国人的信任建构和发展逻辑一致，即人们相信熟人，对与自己连带强的人施加更多的信任，属于“知根知底”型信任（杨中芳、彭泗清，1999）。正因为有良好的信任基础，菜团核心成员的关系网动员才会如此有效。

第二，在菜团与生产者发展信任关系的过程中，双方的理念认同是基础，是双方互动的前提，然后通过信任检测，经过谋算和了解，关系中感情成分逐渐增多，信任建立。这种信任演化过程与谋算型/了解型/认同型三阶段信任演化（Lewicki & Bunker, 2003/1996）相互参照。本文的案例经验显示，经由认同而彼此连结，再经由谋算、了解型信任阶段，最后发展为拟似家人，呈现了一个动态信任演化过程，

无论是信任演化阶段数还是阶段顺序，都可对既有研究形成一定的扩充效果。

第三，无论是菜团本身的发展还是菜团与生产者的互动，都揭示了情感成分在信任升级中的关键地位，这与黄光国和杨宜音的结论一致（Hwang, 1987; 杨宜音, 1995）。菜团发展有赖于理事和活跃志愿者的关系网动员，被动员的多是和自己有强关系的同事、同学、朋友，这种连带关系中已有情感性在内，因此动员力度才会如此之大。而菜团和生产者的互动——可以团员个人与农场打交道为例——显示，随着对农场可信赖性测试的施加以及了解的增加，关系中的情感成分开始发生作用，彼此由买方和卖方关系升级为具有情感连带的朋友关系，信任升级。

第四，认同在信任建构中的重要性。菜团本身的发展以及菜团与生产者的互动均显示认同是一个粘合剂，可以把各行各业的人聚合起来，从而引发一个小规模的行动。传统社会中，血缘和地缘对于特殊信任有重要意义，而本文从H市的经验发现，在现代大都市中，因业缘和兴趣、理念而产生信任和互动变得更加重要，这也正是转型时期“类别关系化”（杨宜音, 2008; 杨宜音、张曙光, 2012）的一个体现。

四、结论与讨论

在食品安全问题频发的情况下，社会大众有各自的应对方法，本文用案例经验呈现个体消费者如何结成团体，建构安全食品的信任机制，并试图与中西方的相关信任演化理论对话。

对H市“菜团”的成立和发展进行参与观察后发现：关注生态和环保的一群人因认同而聚合成“菜团”，经核心成员的关系网动员和团员的第三方介绍使团体不断发展，从而建构了作为个体消费者的团员对“菜团”的信任；菜团找到与自己认同一致的生产者，并通过与其发展连带关系、不信任增进信任的策略等关系运作方法，辅以一系列的技术手段，建立了菜团与生产者之间的信任关系；个体消费者经由菜团的信任传递，建立了对食材及其生产者的信任；农夫市集作为第三方身份助力菜团对生产者的监督，增加信任砝码。环环相扣，由关系到网络结构，形成了基于封闭性而产生的信任体系与结构，从而建构了安全食品的信任机制，使得在食品安全信任危机严重的社会背景下安全食品行动者能够消费到值得信赖的产品。互联网在其中的每一个环节均起到了助推器的作用。

菜团的信任演化经验显示了转型时期国人信任建构的丰富性和

复杂性，既有传统的人际信任发展的某些普遍特征，也有与西方学者总结的信任演化模式极为不同的某些特质。首先，菜团发展过程中，熟人的关系网动员发挥了重要的功能，这正是国人信任与自己关系近的人的表现；其次，菜团与生产者的互动显示，认同是双方合作的基础，在后续的交往中谋算、测试和加深了解，最后才能发展成拟似家人的关系，这与西方由谋算、了解最后到达认同的信任演化模式有所不同；再次，菜团的发展显示情感成分的增加在信任演化过程中起到了关键的作用，促进了信任关系的升级；最后，转型时期，因业缘和兴趣、理念而产生信任和互动变得更加重要，认同在信任建构中非常重要。

此外，互联网在食品安全信任建构体系中也占据重要位置，原因在于它提供了一个进退自如的公共交流空间，为有共同兴趣、相似认同的人提供了表达、分享、交流、监督的平台。参与的人都有发声权，可以平等参与到行动中来；陌生人在此因交流形成认同，变为熟人，熟人在此因讨论而志同道合，进而形成一种积极信任（董才生，2010）。这个平台以及平台上的交流，是否会对我国从特殊到普遍信任结构的转型起到重要的作用？这是值得探讨的问题。

本文的问题意识在于菜团在食品安全得不到信任的社会背景下如何能消费到安全食品，答案在于菜团建构了独特的食品安全信任机制，但本文并不能对这个机制是否健全和牢固、是否具有可复制性做出解答。本文经验呈现的信任演化有其特殊性，这种模式是否具有普遍性，本文亦不能解答。本文关注为什么菜团找到的食品可信任，而没有分析这个食品安全行动产生的制度性和社会性根源，对社会转型的意义何在，对中产阶级这个群体与食品安全的关系也没有多加分析。接下来，笔者拟对菜团这个“自组织”（罗家德，2011a: 26）本身的信任结构进行分析，尝试回答菜团的团结如何可能这一问题。

参考文献：

- 安雪铭，2010，《食品安全问题研究》，首都经济贸易大学行政管理专业硕士学位论文。
- 巴比，艾尔，2005，《社会研究方法》，邱泽奇译，北京：华夏出版社。
- 鲍小东，2011a，《“供莞蔬菜”诞生记》，《南方周末》9月22日，C14版。
- 鲍小东，2011b，《“供港蔬菜”真相》，《南方周末》9月22日，C14版。
- 鲍小东，2011c，《【2011 食品安全报告】自助者说——公益载不动“菜团”》，《南方周末》12月29日，A05版。
- 伯特，罗纳德，2011，《结构洞：竞争的时候结构》，任敏、李璐、林虹译，上海：世纪出版集团。
- Burt, R. S. & M. Knez 2003/1996,《信任与第三者闲言》，黄晓亮、李兆涛译，见克雷默（Kramer, R. M.）、泰勒（Tyler, T. R.）主编《组织中的信任》，北京：中国城市出版社。
- 陈盼，2005，《社会信任的建构：一种非营利组织的视角》，武汉大学社会学系硕士学位论文。
- 陈向明，2000，《质的研究方法与社会科学研究》，北京：教育科学出版社。
- 崔彬、伊静静，2012，《消费者食品安全信任形成机理实证研究：基于江苏省 862 份调查数据》，《经济经纬》第 2 期。
- 董才生，2010，《论吉登斯的信任理论》，《学习与探索》第 5 期。

- 房莉杰, 2009, 《制度信任的形成过程: 以新型农村合作医疗制度为例》, 《社会学研究》第 2 期。
- 吉登斯, 安东尼, 2011, 《现代性的后果》, 田禾译、黄平校, 南京: 译林出版社。
- 纪淑娴, 2010, 《信任: 电子商务的基石》, 成都: 西南交通大学出版社。
- 靳明, 2008, 《绿色农业产业成长研究》, 杭州: 浙江大学出版社。
- Lewicki, Roy J. & Barbara B. Bunker, 2003/1996, 《工作中信任的发展与维持》, 寿小丽、李贤涛译, 见克雷默、泰勒主编《组织中的信任》, 北京: 中国城市出版社。
- 李伟民、梁玉成, 2002, 《特殊信任与普遍信任: 中国人信任的结构与特征》, 《社会学研究》第 3 期。
- 梁克, 2002, 《社会关系多样化实现的创造性空间: 对信任问题的社会学思考》, 《社会学研究》第 3 期。
- 刘丹, 2008, 《信任关系建构与利益群体间的冲突缓解——以当前的物业管理与业主关系为例》, 南京航空航天大学人文社会科学学院硕士学位论文。
- 卢曼, 尼克拉斯, 2005, 《信任: 一个社会复杂性的简化机制》, 瞿铁鹏、李强译, 上海: 上海人民出版社。
- 罗家德、李智超, 2012, 《乡村社区自组织治理的信任机制初探: 以一个村民经济合作组织为例》, 《管理世界》第 10 期。
- 罗家德、叶勇助, 2007, 《中国人的信任游戏》, 北京: 社会科学文献出版社。
- 罗家德, 2010, 《社会网分析讲义(第二版)》, 北京: 社会科学文献出版社。
- 罗家德, 2011a, 《中国商道: 社会网与中国管理本质》, 北京: 社会科学文献出版社。
- 罗家德, 2011b, 《圈子文化的市场力量》, 《商界(评论)》第 5 期。
- 罗家德、郑孟育、叶勇助、高翔, 2012, 《关系与圈子: 中国人工作场域中的圈子现象》, 《管理学报》第 2 期。
- 闵良臣, 2010, 《作家自己种菜拷问食品安全》, 《郑州晚报》3 月 13 日, 第 A02 版。
- 南都周刊, 2011, 《年度第 19 期封面报道: 机关食堂的秘密》。
- 彭泗清, 1999, 《信任的建立机制: 关系运作与法制手段》, 《社会学研究》第 2 期。
- 人民网, 2010, 《部分机关企忧食品安全 组建蔬菜自供基地》。
- 什托姆普卡, 彼得, 2005, 《信任: 一种社会学理论》, 程胜利译, 北京: 中华书局。
- 王春光, 2001, 《新生代农村流动人口的社会认同与城乡融合的关系》, 《社会学研究》第 3 期。
- 王飞雪、山岸俊男, 1999, 《信任的中、日、美比较研究》, 《社会学研究》第 2 期。
- 王建民, 2005, 《转型时期中国社会的信任维持: 从“熟人信任”到“制度信任”》, 《甘肃社会科学》第 6 期。
- 王小迅, 1992, 《关于“信任负担”在社会主义建设中作用的历史思考》, 《社会学研究》第 3 期。
- 韦伯, 马克斯, 2010, 《儒教与道教》, 悦文译, 西安: 陕西师范大学出版社。
- 向长江、陈平, 2003, 《信任问题研究文献综述》, 《广州大学学报(社会科学版)》第 5 期。
- 谢朝霞, 2011, 《企业自组织中合作的实现: 基于行业协会个案的探讨》, 清华大学人文社会科学学院社会学专业硕士学位论文。
- 徐天宇, 2011, 《城里人兴起种菜热》, 《鞍山日报》4 月 6 日, 第 B07 版。
- 杨宜音, 1995, 《试析人际关系及其分类: 兼与黄光国先生商榷》, 《社会学研究》第 5 期。
- 杨宜音, 1999, 《自己人: 信任建构过程的个案研究》, 《社会学研究》第 2 期。
- 杨宜音, 2008, 《关系化与类别化: 中国人我们概念形成的社会心理机制》, 《中国社会科学》第 4 期。
- 杨宜音、张曙光, 2012, 《在“生人社会”中建立“熟人关系”: 对大学“同乡会”的社会心理学分析》, 《社会》第 6 期。
- 杨中芳、彭泗清, 1999, 《中国人人际信任的概念化: 一个人际关系的观点》, 《社会学研究》第 2 期。
- 曾莉娜, 2010, 《中国食品安全风险分析机制研究: 基于国际比较的视角》, 上海师范大学行政管理专业硕士学位论文。
- 翟学伟, 2003, 《社会流动与关系信任: 也论关系强度与农民工的求职策略》, 《社会学研究》第 1 期。
- 翟学伟, 2011, 《诚信、信任与信用: 概念的澄清与历史的演进》, 《江海学刊》第 5 期。

- 张进程, 2010, 《食品安全问题产生的原因及对策分析: 以经济法学视角》, 东北师范大学民商法学专业硕士学位论文。
- 张静, 1997, 《信任问题》, 《社会学研究》第3期。
- 郑东阳、戴平, 2011, 《香港特供五十年秘辛》, 《凤凰周刊》6月5日, 第16期(总第401期)。
- 郑也夫, 1995, 《代价论——一个社会学的新视角》, 北京: 三联书店。
- 郑也夫, 2001, 《信任论》, 北京: 中国广播电视出版社。
- 中正网, 2011, 《北京海关等机关被曝自建特供蔬菜基地》。
- Granovetter, Mark 1973, 'The Strength of Weak Tie.' *American Journal of Sociology*, 78.
- Hwang, K.K. 1987, "Face and Favor: The Chinese Power Game." *American Journal of Sociology* 92(4).
- Luo, Jar-Der 2005, "Particularistic Trust and General Trust—A Network Analysis in Chinese Organizations." *Management and Organizational Review* 3.
- Luo, Jar-Der 2011, "Guanxi Revisited--An Exploratory Study of Familiar Ties in a Chinese Workplace." *Management and Organizational Review*. 7(2).
- Shapiro, D., B. H. Sheppard & L. Cheraskin 1992, "Business on a Handshake." *Negotiation Journal* 8(4).
- Sheppard, B. H. & M. Tuchinsky 1996, "Micro-OB and the Network Organization." In R. M. Kramer & T. R. Tyler (Eds.), *Trust in Organizations*. London: Sage Publications Inc.
- Williamson, Oliver 1996, *The Mechanisms of Governance*. New York: Oxford University Press.

作者单位: 清华大学社会学系
责任编辑: 罗琳