

特殊信任与一般信任¹

--中国组织的社会网分析

罗家德²

如需引用，请引自：

罗家德，2008，「特殊信任与一般信任——中国组织的社会网分析」，收录于清华名师讲坛，张成岗主编，pp. 513-543。

摘要

在此篇论文中，笔者检视了两种组织成员的结构位置如何影响信任的形成。首先，区分了特殊信任与一般信任两个概念，前者指涉的是对特定个人的信任，后者则是对整个组织或组织内一般成员的信任。分析结果显示，两类的结构位置——情感网络中心位置以及咨询网络中介位置对特殊信任有显著影响，而特殊信任又是一般信任的重要因素。中国人「报」的观念正好提供了理论基础解释了这样的因果相关。

关键词：信任，网络结构，社会网，报，关系

el

¹本文整理自下述我所著论文：

Luo, Jar-Der, 2005, "Particularistic Trust and General Trust—A Network Analysis in Chinese Organizations." *Management and Organizational Review* Vol 3:437-458.

并从下述书中加入新的内容

罗家德与叶勇助，即将出版，中国人的信任游戏，北京：社会科学文献出版社。

²罗家德为 Corresponding author，清华大学社会学系教授，地址：北京清华大学熊知行楼社会学系。Tel:86-10-62771827 EXT. 309；E-mail: jdluo@mail.tsinghua.edu.cn。研究经费来自于台湾学术研究计划「社会网络结构如何影响知识管理」之经费支持，计划编号：NSC93-2416-H-155-029，以及「连带资本的衡量以及其对发明资本的影响」，台湾智慧资本整合型研究二年期计划，（计划编号 NSC 94-2416-H-155-015）。特此感谢。

八十年代中期以来，“信任(trust)”已经成为了组织研究的焦点，大部分研究强调一般化的信任(generalized trust)在组织发展中的重要性以及对于美国商业成功的作用(Cummings 与 Bromiley, 1996; Krackhardt 与 Hanson, 1993; Miles 与 Creed, 1995)。大部分研究或是强调谁值得信赖(trustworthy) (Mishra, 1996), 或是强调个体的信任倾向(propensity to trust)(Downes, et al.,2002; Rotter, 1971; Sitkin 与 Pablo, 1992)。而组织环境中信任的结构基础未被充分研究过。本文将从社会网络的视角研究信任的形成。首先将区分两种概念：具体个体间的信任——特殊信任(particularistic trust)与非具体个体间的信任——一般信任(general trust)。然后检验两种信任形成过程中的重要结构因素。要特别提出这样一个问题：无论就特殊信任或者一般信任而言，一个人在朋友或咨询网络(friendship and advice networks)中的位置会让这个人更容易去信任别人吗？

一般信任与特殊信任

一、信任的定义

信任受到组织学者的注意是起源于八零年代中期，信任如何定义？尤其以本论文的研究场域组织而言，信任如何定义？从社会学者的观点而言，「以人类互动关系的立场来看，其可简单定义为，信任个人，即意味着说，相信对方在出现损人利己的机会时，并不会去实现它」(Gambetta,1988)；从经济学者的观点而言，「信任是双方之间的互相信赖，其相信在交易过程中，彼此都不会做出伤害对方的行为」(Sabel,1993)；「信任是一种预期，其期望对方能够 1.尽最大的努力实现其口头承诺或明文规定的义务；2.在协商过程中是诚实的；3.不会占人便宜的」(Bromily & Cumming,1992)；「X 信任 Y 以致 X 选择与 Y 合作，其主要是建立在主观认定机率的基础上，何种机率呢？即在有损 X 利益的机会发生时，即使该机会有利于 Y，Y 也不会加以运用的机率」(Nooteboom, et al.,1997)。

从组织行为学者的观点而言，「信任乃是指对某一个体或群体的行为或意图有信心，预期对方会有合乎伦理、讲求公平以及和善的行为表现，除此之外，还会眷顾他人的权力。在此情况下，自己愿意承受可能的伤害，将其福祉依靠在他人的行为上」(Carnevale & Wechsler,1992)；「信任乃是指在交易关系或其他互动关系的运作时，某一方（个人、群体或厂商）对其伙伴的一种期望，其符合伦理道德的一般准则行为，也就是说，对方会在伦理准则的基础下形成决策行为」(Hosmer,1995)；「信任乃是指某一群体在预期对方会表现合乎自己利益的基础下，不管有无能力监督或控制对方的行为，愿意承担受伤害的不确定性」(Mayer,et al.,1995)。

基于以上的陈述，我们可以看到经济学者 Sabel 的定义最宽松，只要在合作中不发生欺诈行为的预期都是信任，至于达到这个预期的手段为何则在所不论，这可以说是一

种广义的定义。所以信任的广义定义可以简单地说，就是对互动对象行为的可预期性。经济社会学者 Bromily and Cumming(1992)则从另一个相对的角度去定义信任，实现承诺、保持诚实以及不占便宜都是可信赖的行为(trustworthy behaviors)，他定义信任为对可信赖行为的预期。社会学者 Gambetta 等以及组织学者 Hosmer 等强调不确定(uncertainty)的存在，亦即将自己的利益愿意「赌」在对方的善意上，所以信任可以被视为在不确定的情况下，个人愿意展露其面对欺诈的脆弱性(vulnerability)，而相信对方不会借机取利。本研究采用此一定义，以为信任有两层意义：1. 信任是一种预期的意念，即贸易伙伴对我们而言，是值得信赖(trustworthiness)的预期，是因为期待对方表现出可靠性或善良意图而反映出的一种心理情境；2. 信任是自己所表现出的行为倾向或实际行为，来展现自己的利益是依靠在贸易伙伴的未来行为表现上。

这和 Hardin(2001)所定义信任也大致相同，他强调信任一定包括两个要件，一是行为结果的不可预期性，也就是在选择合作伙伴时，未来的得失多少系于对方不被控制的作为，所以有一定不确定性存在。第二个要件是有选择性，我们可以选择合作或不合作，如果要合作也可以在数个选择中择一而合作。换言之，对未来结果能完全控制的预期就不是信任，有不确定性，但没有选择，必须要作的合作也不包涵信任。这可以说是狭义定义信任，也才是 Granovetter(2002)所说的真实信任，Williamson(1996)³则称之为个人信任。

总之，信任是一种相互性的行为，一方表现出值得信赖的特质，而一方则表现出信任他的意图来。不过我们也必须强调，两者之间不完全是一种均衡的状况，因其牵涉到的个人主观意识的认知标准，信任可能存在于认知的偏误中——也就是，对方并没有可信赖行为的出现，一方可能仍然有不切实际的预期。

二、一般信任与特殊信任

信任如何产生？也已有十分多研究成果。心理学者强调个性的取向，研究个人的个性如何在信任上引起不同的态度，有人个性上倾向于相信他人，有人则否。制度的取向则认为制度的建立可以产生可信赖性的行为，因此引发另一方的信任（Zucker, 1986; Gambetta, 1988）。网络理论则讨论社会连带和网络结构在产生信任的过程中所扮演的重要角色（Granovetter, 1985; Uzzi, 1996）。

综合这些不同的研究取向，Zucker（1986）描绘信任产生是建立在过程基础（process-based），特征基础（characteristic-based）和制度基础（institutional-based）这三种来源上。过程基础信任是生根于社会连带的相互性，特征基础信任式建筑在社会的

el

³ 以下我会将广义定义信任加上「」号，真实信任则不加「」号，其间的差距在于前者是基于控制而没有不确定性，后者则包涵了不确定性，前者可能没有选择，后者则在诸多选择中选上特定的人而进行合作。

相似性(social similarity), 制度基础信任来自于个人在制度环境下的自信(Creed & Miles 1996)。Shapiro, Sheppard, 和 Cheraskin (1992) 一个相似的信任模型, 它们是威吓基础(deterrence-based), 认识基础(knowledge-based) 和认同基础(identification-based) 信任。个人利润-成本的理性计算产生相信对方会自我控制的信任, 亲近和行为的可预测性来自于认识基础信任, 从社会结合与社会相似导致我群(we-group) 意识产生了认同基础的信任。Lewicki and Bunker (1996) 保持相同的三个分类, 只小幅改变威吓基础为计算基础(calculus-based)的信任, 但他们却进一步建议这三种信任的类型是发展信任的三个阶段, 而信任关系随着每一阶段的提升而变得更强。Williamson(1996)则把信任分为可计算(Calculative)的、制度的(institutional)以及个人(Personal)的信任三种。

综合整理上述各家的言论, 信任可以来自于制度规范, 来自于理性计算, 来自于群体的社会认同, 也可以来自于个人因素, 其中个人因素包括了人际关系连带以及个人特质。其中诸如知识、吓阻与制度创造的信任都是对手经过理性计算后会出现良好行为, 以符合其利益, 而个人则因为对手行为的可预期性而理性相信对手的承诺。其中, 不确定性与脆弱性都降到极低, 这还符合上述狭义定义信任吗?

在回答此一问题前, 我们要先区分信任对象的不同, 一种信任是没有特定对象的, 一种信任则只存在于特定的对象间, 前者可以称之为一般信任(general trust), 后者则可以称为特殊信任⁴(particularistic trust; Luo, 2005a)。前者的来源是制度、一群人间的认同、己方或对方的人格特质, 因为信任的对像是制度规范下的一群人, 或相互认同的一群人, 或展现可信赖特质的一群人, 是一群人而非单一特定的对象, 所以称为一般信任。相反地, 特殊信任则必然存在于两两关系(dyads)中, 是两人互动过程的结果。广义的特殊「信任」可以是权力关系、保证关系, 也可以立基于情感关系与交换关系, 而狭义的, 也就是真实信任, 则止于来自情感与交换的信任。这些容下一节详述, 我们先来了解什么是一般信任。

三、一般信任的来源

制度带来的一般「信任」(institution-based trust)Zucker 与 Williamson 的分类中都提到的制度为基础的信任。制度导向研究分析一个社会中的社会规范、社会制度、社会性惩罚、法律以及刑罚如何使人保持良好行为, 因此陌生人的行为也有可预期性(Gambetta, 1988; Zucker, 1986)。制度, 不管是正式或非正式制度, 往往都附带着正式的惩罚或社会制裁, 所以当事者会权衡欺诈所带来的利益以及制裁带来可能的成本, 理性地选择保持良好行为, 以避免更高的成本。因此在制度约束下的人会有符合期待的行为。只是这种「信任」能不能称作信任?尤其是正式制度或法律配合着制裁方法, 会对欺诈行为产

el

⁴ 我们使用此一 particularistic trust 的名词是因为中国本土心理学者何日晖(2001)称中国社会为特殊主义(particularism)的社会。

生有效的吓阻，个人面对的不确定及脆弱性都很低，所以不需要相互信任，也可以在完善的保护下进行交易。这是一种「权力」，是公权力借予个人控制交易对方的「权力」，而且因为适用在该制度底下所有的人而无特殊对象，所以这是「一般性权力」，是每一个以良善意图进行交易的个人都能掌握的「权力」。

至于非正式制度，往往指涉的是风俗(folks)、规范(norms)以及专业伦理(professional ethics)，在社会化的过程中，非正式制度令规范下的一群人产生一定的行为准则，使得受同一规范约束的交易双方对对方行为可以预期。只是不像法律或制度，风俗、规范或专业伦理不一定有具体的处罚措施，所以对方道德信念的强弱会是一个不确定的因素，除非透过口碑或亲身交往的经验，否则对方是否遵循规范而行仍是不可知的，所以不确定性与脆弱性仍然存在。但在一个较封闭的团体中，相互监督与舆论谴责的力量极强，「千夫所指，无病自死」，这时规范就成了具有强迫性的控制力量，下面我们讨论保证关系(assurance or commitment relationship; Yamagishi & Yamagishi 1994)时还会更深一步地探讨。

无论是正式或非正式制度指涉的都是一般性「信任」--虽然交易对方的可预期性可能来自于有效控制而不具有不确定性及脆弱性，但也符合广义定义信任--因为信任者与被信任者之间并无对偶(dyads)关系，所以信任者或被信任对象是一般人，而不是特定的人。

人格特质带来的一般信任(characteristic-based trust)人格导向研究探讨的是个人的信任倾向(propensity to trust)以及哪些人格特质值得信赖(trustworthiness) (Butler, 1991; Mishra, 1996)。过去对信任研究最多也最深的首推心理学者，所以信任经常被定义为一种心理状态，一个人愿意冒失去利益的不确定性，但期望互动对方不会利用这种机会而占他/她的便宜的心理状态(Deutsch, 1958; Sitkin, & Pablo, 1992; Bromily & Cumming 1992; Andaleeb, 1992)。心理学研究早期都着眼在那些人格特质会创造出这样的心理状态，比如外控性格的人，乐观的人以及有安全感的人都比较倾向相信别人(Rotter, 1971; Hollon & Gemmill, 1977; Hackman & Oldham, 1980.)。个人态度也会影响一个人的信任倾向，比如生活满意感高的人，或对社会忠诚感高的人也会倾向相信社会的一般人(Whitley, 1999)。相对的，在组织中，组织承诺感(organizational commitment)高的人也会有较强的组织信任(organizational trust; Luo, 2005a)。

另一类的心理学研究则相反，不分析个人的信任倾向，而分析什么样的人格特质被人信任，也就是可信赖行为(trustworthiness)的研究。最早对信赖有所研究的是 Barber(1983)，他指出人际信任缘起于一、双方对社会秩序的尊重，二、在能力上展现果效以及三、正确地作好社会角色的扮演。Butler and Cantrell(1984)跟随其脚步，正式提出贸易伙伴的信赖行为包括能力(competence)，正直(integrity)，公平一致(consistency)，忠诚(loyalty)以及开放透明(openness)。Mishra(1996)则加以整理，提出信赖有四个构面，分别是能力、诚实(honesty)、互惠(benevolence)以及一致性，我们信任一个人是因为对

方展现了这四样的特质。能力指的是言必行，行必果，不托空言而有执行力，并能完成所承担的责任。诚实指的是不说谎言，不作妄行，无欺骗之意图。一致性指的是人格的成熟，不会任性而行、朝三暮四、朝令夕改，对人前后一致，也待人公平，不因人而异。互惠则指涉相互关怀的善意，待人有同情心，有同理心，顾念对方的面子与利益。

可信赖研究对总体社会资本⁵的形成十分重要，信赖研究却对企业的关系管理研究十分重要，因为我们无法管理一个人的信任倾向，只能管理员工，使之表现出可信赖的行为，因此而促进了员工间的普遍互信(Shaw, 1964)。

无论是信任倾向或可信赖行为的研究，都是一般性信任，因为并无对隅关系存在，有信任倾向的人会倾向信任很多人，并无特定对象，有可信赖特质的人会让所有的人信任他/她，也无特定对象，所以都是一般性信任。

认同带来的一般信任(*identification-based trust*)Shapiro 等人(1992)以及 Lewicki and Bunker (1996) 都讨论了认同为基础的信任。认同是西方社会中极强的一种力量，性别、年龄、宗教、地域、阶级、地位团体、国家以及种族是主要认同的分类。同一类的人往往分享了相同的价值以及共同的生活经验，并对「非我族类」产生排斥。费孝通说西方人⁶是「团体格局」，其意义正是在此。究其实，这不是一群有共同关系网的团体，而是一群有共同社经背景的社会类属(*social categories*)，不同的社会类属——性别、年龄、宗教、地域、阶级、地位团体、职业团体、婚姻状态以及种族——各自有着不同的生活经历、价值观、社会规范、行为模式以及生活风格，一个人被归类为某一类属的成员，就自然而然接受此一类属次文化的规范与社会化，比如一个雅痞，就指着生活在都市、青中年人、高学历、中上阶级的单身专业工作者，此一社会类属的人有着追求专业成就、追求个人享受并轻乎家庭价值的共同价值观，以及「重视名牌更甚于母亲生日」的生活风格。

一个类属的价值与风格透过社会化会形成类属成员的「品味」(*taste*)，布迪厄(Bourdieu, 1984)指出品味的形成是十分复杂的社会过程，包括一个社会类属的共同生活经验，共有的记忆甚至对某些资源或知识的专断，在类属成员成长的过程中形塑出其对人对事的好恶以及行为的法则。相同品味的人自然会相互吸引而使类属更紧密的结合，所以透过社会化过程，品味成了社会类属自我再制的机制。紧密结合使类属成员「觉醒」到类属的存在，并产生认同，进而有了集体行动以维护社会类属的权力，所以阶级革命、

el

⁵布朗(Brown, 1997)将社会资本总结为三大类——微观层次的社会资本、中观层次的社会资本、以及宏观层次的社会资本。微观社会资本的研究者发现个人可以通过建立社会关系来获得通向所需资源——如信息、工作机会、知识、影响、社会支持以及长期的社会合作等——的途径(Granovetter, 1973; Erickson, 2001; Baker, 1994; Coleman, 1988; Krackhardt & Hanson, 1993; Bian, 1997; Wellman, 1992; Uzzi, 1996)，并区分了微观社会资本的三种构成形式——嵌入于社会结构中的资源，资源的可获得性，以及对这些资源的使用(Lin, 2001)。中观层次的社会资本包括个人因其在社会结构中所处特定位置而对资源的可获得性(Lin, 2001)。而社会资本的宏观分析关注的则是在团体、组织、社会或国家中某一行动者群体对社会资本的占有情况(Putnam, 1995; Fukuyama, 1995)。

⁶ 这里的西方主要指涉的是英美德法文化，南欧、东欧以及南美的文化其实有较大的差异。

宗教战争、女权运动因之应运而生。认同使得同一类属的成员产生同志情感，而相同的价值观与共同生活经验则使得类属成员易于相互瞭解，「非我族类，其心必异」，所以相同类属的人才有较高的信任感。

当然认同也不止发生在相同类属的人之间，一个组织或团体也可能形成生命共同体，而让组织成员产生认同，近年来在管理实务界内强调愿景宣言，要求员工分享公司愿景，即是为了创造认同感。认同会带来员工对组织及同僚的信任(Luo, 2005a)，甚至被认为是社会资本的一个构面，所谓社会资本的认知构面(Tsai & Ghoshal, 1998)即为共同愿景、共同价值以及共同生活背景，所以在西方组织行为理论中，认同一直是解释合作、公民行为、知识分享的因素，正是因为认同能创造团体内的信任。

相对于「团体格局」，费孝通说华人是差序格局(Fei 1948)。差序格局是一种因关系亲疏远近不同而有差别待遇的行为模式，「团体格局」说明的是西方人因社会类属不同而有不同的行为模式，而差序格局则强调的是华人以自我为中心建立自己的人脉网络，因为网络的内圈外圈，圈内圈外的关系不同，而以不同的行为方式加以对待，所以说我们是一个「关系社会」或「人情社会」，正是因为我们的信任主要建立在关系上，关系远近不同信任程度不同，华人的信任较少建立在普遍性的法则上，换言之，特殊信任才是华人最主要的信任模式。

四、权力关系与特殊信任关系

如前所述，特殊信任是建立在对偶关系上的，但对偶关系中权力关系与信任关系必须区分开来，权力可以使对手的行为受到控制而变的可以预期，符合广义定义的「信任」。但刚好相反地是，权力往往带来不信任(Granovetter, 2002; Cook, 2004)，所以多用权力，少施恩德、不讲人情的人，是不会有真实信任关系的，在中国社会中这种人也是不受欢迎的，权力与人情的分野在我们的社会中不可不查。

吓阻带来的「信任」(deterrence-based trust)为 Shapiro 等人(1996)所提出。人们保持诚信并不因为他们的善意，而是因为良好行为会符合他们理性算计的利益。Williamson (1996)也分信任为三类—算计性信任、个人信任以及制度性信任。其中个人信任即是真实信任，算计性信任则应归类在权力关系中。人们经过算计而为了自身利益保持诚信的因素很多，首先 Williamson 提出典当(hostages)的概念，主要是指交易中一方若作了专属性资产投资会要求对方提出相对担保(safeguard)，抵押品在对方不守承诺时可以扣押下来作为抵偿。其二，除了抵押品外，权力关系也可以用来取得吓阻性信任。任何不诚信的行为，权力强的一方都可以采取「报复」策略 (tit-for-tat)。权力弱的一方为了保有重复交易中的长远利益，行为必然保持诚信，对权力强的一方而言，这种关系正是权力关系，也正是 Shapiro 等人所说的「以吓阻为基础的信任」。

计算带来的「信任」(calculative trust)在高频率的交易中，如同博弈理论所坚持的，

重复的博弈因为大家发觉合作比欺诈在长远利益上更有利，所以会倾向理性地保持合作关系。这个理论在对权力弱的一方尤其适用，如果一方提供对方高比重的生意，却不依赖对方，提供的又是关键性资源，而此一关键资源在市场上很难找到替代品，并且潜在竞争者又少(Pfeffer, 1981)，则对方会处在权力弱的一方，基于未来的利益高度依赖于对方的善意，所以权衡利弊得失，我方会展现善意以期换取对方的善意。

计算性「信任」的概念也是 Williamson 提过的，在此一概念下，「抵押品」已不必然是最初讨论的实物性资产，以及没收实物性资产带来的「吓阻」而已，到后来又包括了博弈理论中长期频繁交换的潜在利益，甚至有学者讨论关系性资产(也就是对方的关系网会被破坏；Yamagishi & Yamagishi 1994) 以及名誉性资产 (也就是对方的名声可以被破坏；Shapiro, Sheppard, & Cheraskin, 1992)。长期潜在利益、交易关系乃至业界名声都可能成为交易中的「抵押品」，为了不使这些「抵押品」被没收，所以交易双方愿意保持善意。

这种善意并非来自对对方可信赖行为的回报，而是出于自身利益的考虑，当对方掌握的「抵押品」少于欺诈可能得到的利益时，则机会主义行为就会发生，所以双方要尽量掌握可供报复用的权力，以保证对方不敢欺诈。这样的行为模式符合广义的「信任」，却很难符合狭义定义的真实信任，所以本书称之为权力关系，而不称之为信任关系。诚如上面所说，权力关系不但不足以促进信任关系，而且会伤害信任关系(Granovetter, 2002; Cook, 2004)，如果交易双方动辄要求对方拿出「抵押品」，而且互相威胁要没收「抵押品」以使对方就范，双方是不可能相互信任的。

五、保证(assurance)关系与特殊信任关系

Granovetter (2002) 称前述的定义为真实信任(real trust)，而与此非理性地忽略不确定性相反的，则是 Yamagishi and Yamagishi (1994) 所提出的概念--保证(assurance)，他们定义保证为「对对方良好行为的期待，但并不建立在对方的善意上」(1994:132)。

保证不是信任，但可以视之为广义的「信任」，其成立的前题要件是在一个相对封闭的人际网络中，因为极强的社会规范存在，所以封闭边界内的团体成员都不会有踰矩的行为，而且因为成员相对较少，又处在封闭环境内，所以相互监督的能力很强，更加使得团体内成员对其他成员十分放心，即使对方并不是那么的可以信赖，但相较于陌生人，团体成员仍是合作的优先选择。在 Yamagishi and Yamagishi 的定义里，我们可以看到信任的成立除了要有不确定性的存在为前题外，还要有可选择性为前题，也就是合作的对象可以是甲、乙、丙、丁好几个人，虽然与每个人合作都有不确定性，但我选择了甲，表示我最信任甲。保证则不同，保证关系(commitment relations)是建基在封闭网络中的，也就是无选择性可言，我不信任甲，但受约束的封闭团体内没有其他人可作选择，只好与甲合作，因为甲如果踰越规范，便有团队成员集体制裁他，可以比较放心，所以保证

关系并不等同信任关系。

Yamagishi, Cook and Watabe (1998)则进一步区分保证与一般性信任。一般性信任可以说是「期待对方对自然秩序或道德律的坚持」(Barber, 1983:9)。一个风俗最美的社会,人们会因为某些宗教信仰或道德教化而对保持善意有所坚持,陌生人就所以值得信赖,是因为他们的善意而不是因为畏惧制裁。所以这是一种无特定对象而建立在善意之上的信任。Yamagishi, Cook and Watabe 就认为美国社会因为宗教力量与专业伦理而具有高度的一般性信任,相对的日本社会则是十分严格的礼俗,带社会制裁性质的集体监督使得日本社会具有高度的保证,保证使得日本人在国内循规蹈矩,但一出国门则行为相对不可预期。两者都是广义「信任」度很高的社会,也有是秩序良好的社会,但「信任」的来源却不太一样。

Yamagishi and Yamagishi (1994)据此提出了解放理论(emancipation theory),他们以为日本人长期生活在封闭的社会网中,如家族、公司(终身雇用制的公司),他们以放心为基础寻找合作关系,反而没有信任陌生人的能力,一旦在一个高度开放的社会中,如现代化或全球化的社会,日本不太能信任他人并促成合作。所以日本是一个有秩序的社会,却也是一般信任程度较低的社会,只有将他们「解放」于封闭团体之外,日本人才能学会信任陌生人,而增加社会的一般信任。

但保证关系完全无法产生信任吗?依照可信赖理论(trustworthiness),可信赖行为的四个构面中,需求法则所能保障的是互惠或忠诚(loyalty),但在高度不信任的环境中,这一项特质就显得特别重要,比如完全无制度规范的合伙行为,少了忠诚或互惠,很容易就在事扯不清楚钱分不开来的情境中相互怀疑,这是为什么华人创业常常由家族成员开始的原因。所以关系来源如果是家族成员、姻亲、认养或结拜,则视之为家人连带,是华人经济行动中常用到的信任关系。

六、以人际关系为基础的信任

网络理论的兴起带动了对隅关系信任的研究(Granovetter, 1985),那些关系会带来那些信任,如何带来信任?成为研究的主题(Luo, 2005b)。在各家理论对信任来源的分类中,社会连带与网络结构总是位于这些信任研究的中心,虽然这些研究有助于我们关于信任的知识,然而,不同的社会连带如何产生不同的信任模式则很少成为研究重点。而这些因人际关系产生的信任,才是 Granovetter 所说的真实信任(real trust)或 Williamson 所谈的个人信任(personal trust)。真实信任如何产生呢?一些主要的理论分述如下。

以情感为基础的信任自 Granovetter 划分开强、弱连带(Granovetter, 1973)之后,强连带即被认为产生信任的主要关系来源,在连带强度(tie strength)的分野中,高频率的互动,长时间的认识,亲密的谈话与行为以及情感性的互惠内容(Granovetter, 1973;

Masden & Campbell, 1984⁷)。亲密与情感是强连带的标志，情感的依赖使人们感性愿意表达善意，更不愿欺骗别人情感的依赖，因此降低了机会主义的可能性，而使双方保持善意的互动，增加相互信任。

类似的观察也存在于交易行为之中，Uzzi(1996; 1997)称企业间交易的强连带为镶嵌连带(embeddedness ties)，是一种具有信任基础的长期生意伙伴关系，而一般的交易关系则是「一臂之外连带」(arm-length ties)，是不具情感色彩，也无信任基础，照着合约完成交易就两散东西的交易关系。

同样的观察也发生在层级内交易。Krackhardt(1992)在「强连带优势」(The Strength of Strong Ties)理论中，分组织内网络为情感、咨询与咨询三种，其中他情感网络为“philos”——希腊文的好朋友——并以为这种网络所蕴涵的资源就是信任，以及因信任而来的影响力。因此一个情感中心性(in-degree centrality)高的人会得到多数人的信任，而发挥影响力，如果离职会引发别人也离职(Krackhardt & Porter, 1985)，如果公司发生危机，他的影响力则可以帮助解决危机(Krackhardt, 1992)。更进一步地，Krackhardt and Hanson(1993)在区分企业内网络时，直接就分成信任、咨询与咨询。情感网络已直接被等同于信任网络了。这些理论都指出以情感为基础的强连带是发展信任的最主要关系。

以社会交换为基础的信任不同于强连带，弱连带的优势则提供了讯息与参考(Burt, 1992)，一个拥有弱连带多的人可以有较广的人脉网，收集到多元而广泛的讯息，因此在找职上有较多的成功机会(Granovetter, 1974)，在商场上也有较多的商业机会(Burt, 1992)。弱连带多的人也有较大的机率成为两个团体之间的「桥」，所以能够扮演中介角色，不但得到中介利益，还可能成为「渔蚌相争，渔翁得利」的「得利第三者」(Burt, 1992)。但是弱连带的缺点却是少了情感作基础，不易形成信任关系而为长期伙伴。

但弱连带是否不能产生信任?纯经济交易的弱连带似乎是如此，但存在有社会交换的关系则并不尽然，Blau(1964)的社会交换理论指出，社会交换不同于经济交换，它的回报不能是实时，也不能明确的计量，所以不能像经济交易一般银货两讫互不相欠，相反地，一个帮助可能要以很长的时间以后另一种形式的帮助加以回报，施恩者必须对受惠者心存信心，相信对方的善意，当这个信心获得证实时，信任感也会逐渐建立。你来我往的社会交换，使双方都累积了对方会善意回报的经验，因此信任关系得以建立。

这个理论在中国组织内即可以得到证实，工作咨询是一种组织内非常重要的资源，但却不必然要有情感关系才能传递这种资源，组织内乐于受人咨询的员工往往可以得到他人的善意回报，因此咨询关系甚至超越情感关系成为员工间产生信任最主要的关系(Luo, 2005b)，由此可见，这种非实时回报又有来有往的社会交换是华人建立信任的主要来源。

el

⁷ Masden 在美国 General Social Survey 中为连带强度设计的问卷并不包括互惠内容一项，但却加入了关系的来源。

互相为利的信任(encapsulated-interest account of trust)Hardin(2001)提出相互为利的信任概念,强调两个从事交换的个人,因为相互之间都掌握对方的利益,在相互依赖之下,会尽量表现出值得信赖(trustworthy)的行为。因为对方的行为总是十分可以信赖,所以渐渐地对交换伙伴产生信任。这个理论说明了信赖行为并不一定是人格特质的反应,而是人际关系的结果,某人对甲行为是可信赖的,但对乙却不必然谨严诚信,而且对甲之所以保持可信赖行为往往是出于对方掌握了己方的利益。不过,始以利始,竟以义终,双方长期表现出可信赖行为,最后却产生了信任关系。

这个理论看起来很像博弈理论中的计算性「信任」,都以利益的计算为产生信任的基础,但也有不同之处,博弈下的信任是以持续的博弈为基础,一旦没有后续的利益,欺诈即会产生,而 Hardin 的理论却强调心理层面信任感的建立,一旦在一段时间的培养之后,人们对对方可信赖行为会产生预期而建立信任关系,也会珍惜这种信任关系而保持可信赖行为。其二,博弈之中基本上纯以利益计算为准,所以是权力关系,因为掌握对方的利益也是一种广义的「权力」,足以屈服对方的意志,而使对方的行为可以预期。诚如前面所述,Granovetter(2002)与 Cook(2004)都指出,权力无法产生信任,反而会伤害信任,所以博弈下是不会有信任感的,反之,互相为利理论仍强调信任感建立的过程,分析的是信任关系而非权力关系。

七、中国人的信任关系

特殊信任的调查对于中国式管理研究尤其重要。根据费孝通的差序格局(network circle differentiation, Fei, 1948),黄光国提出中国社会关系的三个类别(Hwang, 1987),华人将其社会连带分成几个圈子(circles),不同的圈子适用着不同的互动法则。最里层的圈子基本由家庭成员和扩大家族团体(extended kin)组成(Chen, 1994)。根据解放理论,这类与生俱来的关系应被称为保证关系(assurance),而不是信任(Yamagishi, 1994; Yamagishi, Cook and Watabe, 1998)。下一个圈子包括好朋友或者关系很近的连带遵照“人情法则(rules of favoritism)”,其特殊信任是通过频繁的人情交换建立起来的(Hwang, 1987; Tsui and Farh, 1997)。最外层的圈子是弱连带,它依照公平法则,个体间的信任通过一般道德的公平原则以及重复的社会交换行为来建立。

在熟人连带的类属中适用于一个中国的道德概念**报**(可以被翻译成英文中的reciprocity)。这是一个在中国被高度重视的道德基础,在整个社会中,还人情债(returning another person's favors)是一种义务。欠情(favors)不还是值得羞耻的,所以通过人情的交换确实是建立强连带(guanxi)最好的办法,这就是“人情法则(Hwang, 1987)”,这些都是根据“报”的原则进行的。长期人情交换的过程加强了参与者(parties)之间的关系,提高了互相信任的可能性。

报的概念接近于 Coleman (1990)称之为镶嵌于其社会资本构面中的“义务与预期

(obligations and expectations)”。*报*建立起了过程基础的信任 (process-based trust), 植根于社会互动的互惠之中 (Creed and Miles, 1996; Zucker, 1986)。过程基础的信任镶嵌于具体的社会关系之中, *报*的概念提供了一种了解在中国社会中获得此类信任的关键机制 (mechanism)。

*报*的概念也与 Hardin (2001)提出的互相为利(encapsulated-interest account)的信任概念相同。这一解释模型说明信任产生于对相互利益的考虑, 而相互利益又镶嵌于不断的社会交换之中。鉴于长期利益, 参与者表现出值得信赖 (trustworthy) 的行为, 致使对方建立起对其的信任。在*报*的理念中, 对于马上还情以及讨价还价是不被鼓励的。称兄道弟之后, 对于还情的期待施人情者 (favor-giver) 不好再提, 而接受人情者 (favor-receiver) 也不能忘记, 应该记在“人情帐 (favor account)”上。中国名谚说道, 衔草报恩, 三十年不晚。即, 三十年间牢记恩情, 三十年后不忘还情, 这一行为在中国文化中是被高度赞许的。

本文将通过对一般信任与特殊信任的结构研究以进一步理解信任在中国组织中如何形成。

引入社会网理论

社会网理论与信任研究有不解之缘, 然而, 大部分的研究聚焦于关系层面, 或者研究何种社会连带 (social ties) 有助于建立互相的信任, 好比通过交换关系 (Blau, 1964; Hwang, 1987), 强连带 (Granovetter, 1985; Krackhardt, 1992; Uzzi, 1996), 互相的认同 (mutual identification, Sheppard and Tuchinsky, 1996)等。本文将个体设定为分析对象, 研究其社会网中的结构位置对个人信任倾向 (propensity to trust) 的影响。社会网理论也开了组织中结构分析的先河 (Burt, 1992; Lin, Fu and Hsung, 2001)。好比, 在情感网络中的中心地位可以让其拥有一种非正式权力 (Krackhardt, 1992)。Burt (1992)更有力地证明了结构洞 (structural holes) 会带来丰富的商业信息与商业机会, 在内部劳力市场中, 如果当事者处于不连结的两个团体间的中介位置 (go-between positions), 会因此获得更多的升迁机会。

一、网络结构对信任的影响

情感网络中的中心位置 (Central position in Friendship Networks)。首先, 社会网络中的中心位置能建立与其他成员更好的联系。中心位置传递着一种非正式的社会影响力 (Brass and Burkhart, 1992)。这就是为什么它成为了声望和权力的结构分析中的指针 (Wasserman and Faust, 1994)。对于中心位置的投资会带给当事者较大的非正式影响力, 用来控制外界的环境。由于有效的个人控制可以减少不确定的因素, 和处在外围位置 (peripheral positions) 的人相比, 越是处于中心地位的人越能控制组织的环境, 也越认为别人是值得信赖的, 这正是因为他们相对地减低了不确定因素。

Granovetter (1973)强调两种社会连带 (social ties) 的区别——强连带 (social ties) 与弱连带 (social ties)。一般而言，强连带比弱连带拥有更长的互动历史以及更高的互动频率。而强连带往往包括着亲密的对话与行为 (Marsden and Campbell, 1984)。Krackhardt (1992)称这种关系为“philo”，即朋友连带的意思。其“强连带的优势 (strength of strong ties)”概念认为，中心人物在情感网络 (philo network) 中拥有潜在的力量 (underground power)，因为可以通过影响别人来达到自己的目标，所以在组织中面对较小的不确定性。除了更好地控制环境，情感网络中的中心位置也意味着网络中自身地位的提升，由于报的规范，使得处于中心位置的个体一般认为朋友是不会背叛他们的。他们熟知被称为朋友的那些人的性格，也知道如果什么人背叛了他们，朋友圈内一定会数其劣迹，并以其为耻。

情感网络也被用来提供情感支持 (Wellman, 1992; Wellman and Frank, 2001)。情感支持行为 (emotional supporting behaviors) 加强了互惠 (benevolence) 的印象，会增进友好关系的牢固与互惠程度。处于中心位置的个体能够期待朋友的互惠。因此朋友可以通过还情行为 (favor-return behaviors) 获其信任，产生互惠与善意的印象。报的文化规范将能满足这些期待。综合“强连带优势 (strength of strong ties)”理论与报的概念产生了第一个理论假设：

理论假设 1：情感网络中的中心位置会产生较高(多)特殊信任，而居于外围位置者在网络中的特殊信任较低(少)。

咨询网络中的中介位置 (Go-between Position in Advice networks)。咨询网络是与情感网络相对应的一个重要概念。Krackhardt (1992)认为咨询网络是组织环境中弱连带的主要形式。尽管咨询连带 (advice tie) 不需要情感支持，但是它们是获得日常工作之资源的主要管道 (Krackhardt and Hanson, 1993)。咨询连带具备信息流与知识普及的功能，能在商业对话中给双方提供有用的资源 (Granovetter, 1973)。由于他们专业意见可以控制关键知识，而这些知识对于他人又极其有用 (Krackhardt, 1992; Brass and Burkhardt, 1992)，所以一个同事都来寻求咨询的人也拥有非正式的权力。

有价值的资源的社会交换会使双方产生信任。Blau (1964)认为，社会交换 (social exchanges) 不像经济交换 (economic exchanges)，不能期待立即的回报，所以他们只能依靠对方的善意来期待未来的互惠。双方成功的社会交换可以逐渐建立双方的信任。知识与信息的交换在中国组织中是重要的社会交换，因为它们被看作有价值的资源。

在适当的时候，咨询网络的中介位置为重要信息与知识的获得提供了途经。而且，处于中介位置或者“桥 (bridge)”位置的个体可以控制重要的信息与知识，所以他们在网络中能够获得相应的权力。没有他们，信息不能在网络中流动。他们阻截信息流动的能力越强，他们(桥)对他人的控制能力也越强。这是因为其他人需要从中介者 (go-between person) 处获得信息，所以都要表现出值得信赖的行为以获其信任。中介者知道他们不大可能被需要他们信息的人欺骗。这个观点与结构洞理论 (theory of “structural holes”) 一致 (Burt, 1992)。中介位置为其拥有者提供了更多的社会交

换机会。基于结构洞理论、Blau 的社会交换理论以及与报概念下所期待的行为，产生了第二个理论假设：

理论假设 2: 比较而言, 在信息网络中处于中介位置的人比处于边缘的人易于拥有更高水平的特殊信任。

二、特殊信任与一般信任。

正如报的概念所指设的，中国人专注于人情交换 (favor-exchange preserves)，因为这样可以积累他人的「欠债」，以期待他人在未来特定时间、特殊需要下偿还，这是中国人面对环境不确定时最常用的避险方法。总体而言，无论是通过“中心位置”还是“桥”，成功人情交换经验的积累会提高它们对善意回报的信心。亦即，人们在特定关系中的经验会使他们产生普遍的认知。另外，大量证据表明，“中心者”或者“中介者——桥”的非正式权力使得他们，相比一般人而言，更加安全。他们的非正规关系不仅增强了对其两两关系的控制，而且减少了整个工作环境中的不确定性因素。这都有助于他们产生一般化的信任。由此得出了第三个理论假设：

理论假设 3a: 在网络中具有较高水平的特殊信任的人对于他们的同事及所处其中的组织倾向于表现出较高水平的一般信任。

根据以上理论假设，通过报的行为而不断累积信任，容易使个体产生一般信任。这一讨论暗示，网络位置对于一般信任有直接作用。然而，笔者认为网络位置经由特殊信任而对一般信任的影响是间接的。因此形成如下假设：

理论假设 3b: 特殊信任是网络位置与一般信任之间的中介变量。

图一勾画出网络位置与两种信任的假设关系，并列出了相关控制变量。

图一的位置

三、一般信任的态度控制变量

对于信任的一些态度解释在本文中是做为控制变量而被包括进来。这些得益于先前的研究。已有大量的对宏观层面信任形成的研究。规范、风俗、社会价值以及道德礼仪 (moral codes) 是社会带来信任的因素 (Fukuyama, 1996; Yamagishi, 1994)。在组织中，有证据表明共同愿景 (shared vision) 能够显著提高对一般可信任行为 (general trustworthiness) 的相信程度 (Tsai and Ghoshal, 1998)。拥有相似规范、价值、道德礼仪的一群人容易相互信任，与“我群 (we-group)” 成员合作 (Zucker, 1986)。这就是“以认同为基础的信任 (identification-based trust)” (Sheppard & Tuchinsky, 1996)。

在组织环境中,高度的忠诚(commitment)能促使员工为了组织的利益自愿地努力工作(Robinson and Morrison, 1995)。Porter and Smith (1970)定义组织承诺为一种态度,通过在组织中的社会化形成符合组织目标的价值与规范。组织承诺(Commitment)包括忠实(loyalty)和认同。拥有高度“承诺”的人易于和公司的远景一致,相信同事与组织。因此,本文在评价组织结构对于信任的影响时,选择共同的远景(shared vision),以及组织承诺(organizational commitment)作为控制变量。

研究方法

一、抽样及其过程

由于本研究的结构因素仅仅适用于封闭的团体网络,所以我只能选择界限明显的团体作为研究对象。根据便利抽样(convenient sampling),选择两家公司。一家在大陆,一家在台湾。从两地抽样,研究发现对华人世界会具有一定的普遍性。

大陆的样本是台湾前五名的跨国高科技企业的子公司。其母公司是台湾最好的手机、CD 驱动以及计算机显示器生产商。该公司是摩托罗拉(Motorola)、戴尔(Dell)以及 IBM 的原始设备制造商以及原始开发商(OEM/ODM)。主要工厂坐落于中国的苏州,有 460 名管理人员,以及超过 6000 名的员工。该厂为本研究的大陆样本,被称之为“MNC Mainland”。该样本包括两个分厂的 22 个部门。一家生产显示器与 CD 驱动,另一家则是为通讯工业生产手机。

将网络问卷发放给该公司的 460 名白领。然后去除了对超过 80%问项中 80%同僚填“是”的问卷,亦即,他们信任所在部门几乎每一个人的所有事情。在最后的分析中又去除了有缺损值的数据。两个部门回收的数据因情况非常不理想而被剔除。超过 20%的整体社会网(whole-network)数据缺失,包括一些非常重要的关键人物——中心人物以及作为桥的人物,这样的全组数据都必须被剔除,不然它们会严重地扭曲结构指针(structure indicators)的计算。在剔除了余下的 20 个部门的缺失数据后,最终有 355 个可用的案例。下一步是将关于态度的问卷(attitudinal questionnaires)分发给在第一步中可用的 355 个案主,因为离职或缺席的因素,实际回收 252 份。再一次除去缺失项后,最终得到 193 个可用于分析的有效整体社会网与态度问卷,总体回收率 42%。

第二个样本是 IBM 在台湾的代理公司(agent),称其为“Taiwan's IBM Agent”。该公司主要业务是设计系统,提供服务信息。它沿习了 IBM 惯有的授权、开放等整个组织文化模式。175 份问卷被发放给该公司的白领员工。由于它们中的许多人经常外出服务客户,所以先后三次才完成数据的收集。剔除无效问卷的过程与大陆样本的检验过程一致。首先去除“是”选项超过 80%的问卷(理由同上)。然后,请公司内部人员(insider)帮助做该部门调查的有效性检验,随后鉴定了 125 个部分可用的整体社会网个案。去除了由于选项缺失的问卷后,最终可用问卷数量为 103,回收率 59%。

本研究一共有 296 份可用问卷，其中 193 份来自大陆，103 份来自台湾。大陆样本被访者的平均年龄比台湾样本部分低了大致 6 岁 ($p < .0001$)。大陆被访者在公司的工作时间 (company tenure) 较之台湾样本平均短了大致 0.65 年 ($p < .01$)。在大陆的样本中女性为 46.3%，台湾样本中女性为 32.8%。样本差异假设检验分析中已被控制。

二、测量

对于个人在一般意义上对他人的信任倾向的测量已有先例 (Cummings and Bromiley, 1996)，不过，个人层面的对特殊个人的信任仍有待更好的测量。本文即是对特殊信任测量的发展。

每个问卷由两部分组成。第一部分测量整体社会网数据。这部分包括在矩阵格式 (matrix format) 中的 11 个问题。矩阵中的第一列是 11 个问题，第一排是该部门所有白领员工的姓名。两个公司样本的部门中，每个部门的平均人数为 11 人，最多是 24 人，最少为 5 人。被访者要确认自己与问卷所列人名的关系。问卷的第二部份利用李克特七点类型量表 (Likert-type seven-point scales) 收集态度以及一般信任数据。

问卷问题的确定过程如下：笔者派一位助手完成在 MNC Mainland 人力资源部门的田野研究，目的是根据其工作环境来细化以及修改问卷。然后根据 65 名员工对预测问卷的回答以及在该部门秘书的帮助下，完成了对问卷有效性的检测。最终，20 道李克特量表 (Likert-scale) 问题以及 11 题整体社会网问题被选入本研究的正式问卷。以下将介绍调查中所有的测量。

信任的测量。 测量包括特殊信任与一般信任。为了让被访者清晰地描绘他们对特殊连带 (particular ties) 的信任，而不是给出大致的估计，我采用了整体社会网问卷，而不是李克特量表问卷 (Likert-scale type questionnaire)。社会网分析技术可以计算信任关系的数量，即，外向中心性 (out-degree centrality)。

我采用 Mishra 对值得信赖 (trustworthiness) 的分类 (1996) 来测量特殊信任——“我认为他/她是诚实的”、“我认为他/她很胜任他/她的工作”、“我认为他/她的行为很稳定”以及“我认为他/她关心我的利益”。另外，我增加了这样的问题“谁最值得信赖？”然后，我从以上五题的回答中计算了外向中心性的标准化计量。最终，五个值的平均数成为特殊信任的综合性单一指数 (index)。员工 i 的信任的外向中心性 (out-degree centrality) 的计算公式如下：

$$\sum_j x_{ij} / (g-1)$$

x_{ij} 可取 0 或者 1，表示员工 i 是否认为与员工 j 存在信任关系。 g 表示网络规模 (network size)。该计算值越高表示焦点人物的特殊信任程度越高。

对于一般信任的测量，本文采用了李克特七点量表 (Likert 7-point scales) 的九道态度问题。这些题目改编自 Cummings 和 Bromiley 的组织信任存量量表

(organizational trust inventory) (1996)。对组织信任测量的三个构面 (construct)——如对于同事的信任、对于领导的信任以及对于所属组织的信任——每个构面选三道题。表 1 中列出了测量一般信任的 9 题：

表一的位置

表格 1 中的探索性因子分析显示，三种因子对信任有潜在影响²。通过可信度检验 (Cronbach $\alpha = 0.85$)，特殊信任的五题归属于同一因子。而信任列表 (trust inventory) 的题目分别归属于两个因子。其中的一个构面包括 1, 2, 3, 4, 7 题 (Cronbach $\alpha = 0.87$)。由于这些题目都与员工及领导有关，笔者称之为“对于同事的一般信任 (general trust in colleagues)”。余下的题目属于另一个构面 (Cronbach $\alpha = 0.83$)，可称之为“对于组织的一般信任 (general trust in the organization)”。

社会网结构变量的测量。 下一步，利用 Krackhardt 和 Porter 为整体社会网设计的“朋友及咨询网络”问卷 (1985)，计算情感网络与咨询网络间的内向中心性 (in-degree centrality)。三个问题用来调查情感网络——“被主管批评后，你会向谁寻求情感支持？”、“你在闲聊中会与谁说起自己的私事？”、“谁是你最好的三个朋友？”笔者计算了每一个被访者的内向程度中心性 (in-degree centrality)，并通过以上三题的平均值得到单一指针，来表示情感网络中的个体中心位置。计算员工 j 的内向中心性 (in-degree centrality) 的公式如下：

$$\sum_i x_{ij} / (g-1)$$

x_{ij} 的值可能是 0 或者 1，表示员工 i 是否认为与员工 j 存在关系。 g 表示网络规模 (network size)。内向中心性高表示较中心的位置。

咨询网络的测量采用整体社会网络问卷中的三个问题——“当你工作遇到困难，你向谁求助？”、“你喜欢与谁讨论日常工作？”、“当你工作碰到困难，谁会主动来帮助你？”中介中心性 (Betweenness Centrality) 用来测量三个咨询网络中的中介位置 (go-between position)。将中介中心性 (Betweenness Centrality) 的三个题目的平均值来表示个体在网络结构中的中介位置。计算公式如下：

$$2 \sum_{j < k} g_{jk}(n_i) / g_{jk}(g-1)(g-2)$$

g_{jk} 表示员工 j 到达员工 k 的快捷方式 (节点间的最短路径)，即两者间的最短节点数目， $g_{jk}(n_i)$ 表示必须经过员工 i 时，员工 j 到达员工 k 快捷方式。拥有高度中介中心性 (Betweenness Centrality) 的人通常能够居间调节别人的需要。

态度控制 (attitudinal controls) 的测量。 鉴于已有文献，本研究构建了 11 个关于态度控制的题目。三项李克特量表题目 (Likert items) 用来测量共同愿景 (shared vision)。这些题目分别是：“公司真的激发了我在工作中的最好表现”、“我能做很有意义的工作”、“我认为我的工作帮助我达到我职业的目标”。另外，本文翻译了由

Mowday, Steers and Porter (1979)所设计的用来测量组织承诺(organizational commitment)的问卷,在分析了预测的结果后,选择了其中的8个原始题目形成本研究的组织承诺变量。它们分别是:“我很愿意为了公司的成果付出最大的努力”、“我经常在朋友面前夸奖我的公司”、“我觉得我的价值观与组织的价值观一致”、“我非常高兴我当时选择在这家公司工作”、“我会很自豪的告诉别人我是这个公司的一员”、“我愿意接受任何工作,只要能让我继续在这里工作”、“我很在乎公司的前途”以及“对我来说,这是最适合我的公司”。验证性因子分析(confirmatory factor analysis)得出有负载量的两个因子 with clear loading。拟合统计值(fit statistics)Bentler & Bonett's Non-normed 指数为 0.911,模型均方根误差(RMSEA)为 0.074。

三、理论模型

在如下的回归模型中特殊信任与一般信任作为因变数:

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \gamma_1 Z_1 + \gamma_2 Z_2 + \gamma_3 Z_3 + \gamma_4 Z_4 + \gamma_5 Z_5 + \gamma_6 Z_6 + \gamma_7 Z_7 + \epsilon \dots (1)$$

$$Y_2 = \alpha + \beta_0 Y_1 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \gamma_1 Z_1 + \gamma_2 Z_2 + \gamma_3 Z_3 + \gamma_4 Z_4 + \gamma_5 Z_5 + \gamma_6 Z_6 + \gamma_7 Z_7 + \epsilon \dots (2)$$

Y_1 表示特殊信任向量——信任网络的外向程度中心性。

Y_2 是一个 $2 \times n$ 的矩阵,包括两个一般信任向量,用来测量对于同事的一般信任(trust in general colleagues)以及对于组织的一般信任(trust in the organization)。

X_1 表示情感网络的内向中心性(in-degree centrality)。

X_2 表示咨询网络的中介中心性(betweenness centrality)。

Z_1 是用来表示地域区别——大陆与台湾的虚拟变量。大陆员工用 0 表示,台湾员工用 1 表示。 Z_2 到 Z_7 是 6 个控制变量,表示个人态度与特征(personal attitudes and features)。个人特征为性别、年龄、婚姻状况以及在公司任期。性别变数:男性用 0 表示,女性用 1 表示。年龄分组变量(categorical variable)包括六组: < 20 岁一组, 20 至 24 岁一组, 25 至 29 岁一组, 30 至 34 岁一组, 35 至 40 岁一组, 以及 > 40 岁一组。³ 已婚用 0 表示,未婚用 1 表示。在公司的任期是一个连续变量。 Z_6 是关于共同愿景的态度变量, Z_7 表示组织承诺。

分析结果

表 2 显示变量间的相关关系(correlations)。特殊信任与两个结构变量显著正相关。性别、以及地区与特殊信任显著负相关(女性以及台湾员工信任最低)。两个结构性变量也彼此相关,然而,仅有“咨询网络中的中介位置(go-between position in advice networks)”与“对于组织的信任(trust in the organization)”有略为显著的关联。同时,一般信任的两个构面与两个态度控制变量都高度相关。特殊信任也与一般信任的

两个构面正相关。

表二的位置

在表 3 中显示的是特殊信任的两个解释变量与七个控制变量的回归分析。结果表明，情感网络中心性与咨询网络中介中心性对于提高特殊信任都非常重要。也有分析将地区与网络结构变量的交互分析（台湾 vs 大陆）显示两个抽样样本的网络结构变量影响相似。因而，理论假设 1 与理论假设 2 得到证据支持。

表三的位置

控制变量的结果显示四个个人特质中有一个对特殊信任有显著性贡献。男性比女性拥有更多的特殊信任。态度控制变量——组织承诺与共愿远景(shared vision)没有统计意义的显著性。当其他变量在回归分析中被控制了，地域区别显示，大陆样本拥有比台湾样本更多的特殊信任。

表 4 给出了两个一般信任变量对于网络结构变量、特殊信任以及七个控制变量的回归结果。两个结构变量——在情感网络的中心位置以及在咨询网络中的中介位置与两个一般信任构面都没有显著性关系。正如理论假设中，特殊信任与一般信任的变化都显著相关。并使“对于同事的一般信任(general trust in colleagues)”增加了 5%的解释力(R^2 提高 5%)，“对于组织的一般信任”增加了 3%的解释力。理论假设 3a 得证。

表四的位置

表 2 说明两个结构变量与两个一般信任构面之间没有显著性相关。这不满足特殊信任作为中介变量的条件。因此，理论假设 3b 不被得证。然而，表格 3、4 的结果显示，网络结构的影响对于一般信任是间接的，是要通过特殊信任的。

在个人社经背景变量中，女性减少了“对于同事的一般信任”，可能由于较少成为所在网络的中心或者中介(性别与中心地位的相关系数为-.12, $p < .05$ ，性别与中介则为-.14, $p < .05$)。两个态度控制变量与一般信任显著相关，可能部分由于同方法偏误造成的扩大效果(common method variance)。

最后，两个地区的结构变量与特殊信任变量的交互(interaction)分析没有显著性的结果。这表明，这些变量间的功能联系(functional relationships)在两个样本中是不变的。

讨论与结论

一、讨论

本研究我们得出如下一些结论。第一，强连带优势(the strength of strong ties)的主张在大陆与台湾的样本中得到支持。一个拥有非正式影响力的人通过处于情感网络中的中心地位，可能对其交往对象有更好的控制力，因而信任其交往对象。也有可能因为他/她把更多的同事当成朋友，而变得比较容易信任这些朋友。这反倒可能造就了其在网络中的中心地位。因此，一个结构位置，虽然是一个静态的概念，可能反映到信任的形成这一动态过程中去。进一步的研究应该研究信任在社会网络中的发展过程。

第二，在中国，咨询网络中的中介位置很显著地影响着特殊信任的形成。这与笔者在文章前半部讨论过的社会交换理论(social exchange theory)是一致的。社会交换通过信息、咨询的交换产生相互间对互惠与信任的期待(Coleman, 1990; Blau, 1964)。资源交换在中国社会中是一个对信任产生更好的解释，是中国工作环境中共同信任的主要源泉，这已经被先前的研究证明(Luo, 2005)。在没有联系的人们之间，中介桥(go-between bridges)提供了促成信息交换的初级机制。例如，在此种背景下，一个中国的中间人可以在交换过程中得到丰富的资源，但他/她必须信任与其伙伴在交换过程中的善意。

最后，特殊信任增加了一般信任的倾向(tendency)。成功的两两互动经验会增加对于安全与人情互惠的期待，甚至是陌生人。然而研究结果显示，网络位置的影响力对于一般信任是间接的，是需要通过特殊信任起作用的。这与中国文化是相一致的，即中国人对于“陌生人(strangers)”的信任是通过“熟人(familiar persons)”的信任而产生

在讨论进一步研究的可能之前，要对本研究的局限做一些声明。首先，数据抽样是便利抽样(convenient sample)，而不是随机抽样(random sample)。同时，样本对象非常年轻，平均年龄低于25岁，并且在公司的任期不超过3年。这样就有必要用其他样本再做类似研究，以提高发现的普遍性，从而可以推广到其他华人组织或者年龄较长的对象范围。第二，两个态度控制变量与“一般信任”的两个构面采用了相同的李克特七点量尺，并对相同的一群人施测。所以它们的关系可能受同方法偏误(common method variance)的影响。然而，基于两个结构变量以及它们的主要分析结果不可能被同方法偏误影响，所以上述的问题对本文的结论影响有限。

最后，结构变量与信任之间的因果关系值得探讨，由于本文使用横断数据(cross-sectional data)而因果变得较难厘清，只能等待跨时的时间序列数据(time-series data)。虽然有着因果颠倒的可能性，但无论就具体还是普遍层面而言，

一个人所处网络位置——中心(centrality)或者中介(betweenness)与信任倾向有关这一事实,都应该被作为一种新的洞见(insight)而受到更多的研究。

一些发现值得未来的研究进行更多的讨论,并对于这些发现做出进一步挖掘和分析。处于情感网络中的中心位置意味着拥有非正式的影响力(Krackhardt, 1992),然后通过中心人物来影响一个组织中共同工作的人。这样非对称的社会影响力使得非正式领导认为他们可以控制以及预测同事们的行为。虽然信任意味着要承担没有回报的风险(Yamagishi, Cook and Watanabe, 1998),但镶嵌于**报**中的中国互动规范减少了这样的风险。**报**促进了人群社会网的扩大。这样更大的社会网络意味着获得更多的资源的可能性,并且假设因为它们有互惠的义务而不会背信弃义。相信他们的朋友的可靠性,使得处于中心位置的人们感受到安全感,并且拥有比处于外围位置的人更多的信任。进一步研究应该检验中心位置与对朋友的信任之间的传递过程(如,朋友给予的安全感以及可信赖感)。进一步研究也应该检测这样一种可能性,是否容易信任别人的人(trusting person)会获得一个更中心的位置。因此,中心位置与特殊信任之间的关系是否可以被倒置过来?即,是容易去信任别人导致获得情感网络中的中心位置。这种倒置过来的因果顺序也会有很有意思的假设。如,对个人而言,对别人的信任和被别人信任同等重要,因为前者也可以结交朋友并且变得有影响力(influential)。时间序列的实验设计可以解决这些因果关系顺序以及运作的因果机制。

咨询网络中关于中介位置的结论对于理解**桥**如何产生与他人的合作行为是非常重要的。处于中介位置的人控制着非常有价值的信息与知识。依靠其信息的人则要表现出值得信赖的行为,以便让“**桥**”分享有价值的信息与知识。与处于情感网络的中心位置类似,咨询网络中的**桥**在与他人互动过程中是相对安全的。较不同的是,“**桥**”更依靠别人的善意(goodwill),而不是在亲密网络中朋友相互监督的行为。然而无论在哪种情况下,中国**报**的规范都扮演了非常重要的角色。无论信任产生于中心人物的朋友连带还是**桥**的信息交换,都让中国人更愿意对这些社会连带表现善意,以符合**报**的规范。对于这一动态过程的描述将成为未来研究十分丰富的区域。

特殊信任与一般信任存在着关联,意涵着中国社会里,**报**的法则是可以扩大于工具性交换关系,甚至于陌生人的。**报**是人情交换中必须遵守的规范,总体上减少了熟人间交换的不确定性与风险。这个规范也成为中国人所高举的美德,即使是弱连带间的一般性社会交换,乃至陌生人不经意的施恩,都成为**报**的对象。在熟人间交换的成功经验,会使我们对整体社会的**报**的规范产生信心,从而增加了对社会的一般信任。和关系(guanxi)概念一样,**报**也是一个本土概念,但却有跨文化的对等物,因而值得进一步探索。许多学者认为,报关系等同于网络(Yang, 1994)。在一些方面,**报**部分类似但又区别于互惠(reciprocity)的概念,而互惠在所有社会学文献中却是一个重要而普遍的概念(Blau, 1964; Gouldner, 1959)。

最后,如果回顾以往文献,两个结构变量(structural variables)与一般信任的两

个构面间没有因果关系是不足为奇的。社会网络是由两两关系组成的(dyadic relationships)。因此,网络位置对于特殊信任有更直接的影响,并进而间接影响到一般信任。然而,可能是由于中国的特殊环境才使得网络位置与一般信任之间缺乏联系。众所周知,中国是一个高度特殊主义(particularistic)与关系导向的社会(relation oriented)(Trampenaars, 1994)。因此,网络位置(network position)更多的带来人与人之间的互信,而不会直接改变位置拥有者对整个社会的态度。正如笔者在理论假设中所说的,中心人物、中介人物由于其能更好地控制组织环境而拥有了安全感,并且信任与其互动的同事。然而,证据显示华人不能通过对陌生人的信心(confidence)而直接产生一般信任。信心让华人拥有更多社会关系,但是信任必须建立在两两关系间切实的互动经验的基础上。

二、结论

网络的结构位置会影响着特殊信任的形成,进而才间接影响一般信任。西方视角的潜在逻辑大多是建基在理性的解释上——如果你有很多朋友或者是一个中介者(in-between person),那么你会有更多的非正式权力与影响力。因为人们需要依靠你的友谊支持与咨询信息。其他人对你的依靠会使你有更多自信,因为围绕着你的人会谨慎自己的行为而不会背信。于是你就更相信他们了。但是另一方面,一个基于中国文化的解释出现了一也就是**报**的规范的重要性(normative importance of *pao*)。任何有朋友的人或者传递信息流的人就和别人有了关系(relations)。**报**的原理保证了人情(favors)受到尊重,并且在未来会有互惠行为。拥有许多连带的人——无论是情感性的还是咨询交换的,都会拥有更多自信,别人会在未来回报(reciprocate)你。这个镶嵌于关系中的规范,给了交换双方信任别人的信心。总之,本研究提供了一种融合西方理性与中国规范的优势,从而来解释网络中信任的出现。本研究的结果确认并且扩展了社会网理论,并且建议了许多进一步研究的方向。信任对关系导向与人情特色(favoritism)的中国社会环境中的管理是至关重要的。笔者希望通过对信任的理解与研究使中国式管理研究(Chinese management research)前进一步。

注

1. 我要感谢台湾中研院对于笔者“信息技术与社会变迁(Information Technology and Social Transformation)”项目的经济支持,以及台湾对 NSC 89-2416-H-155-041 项目的支持。本研究的先期版本在 2004 年 International Association for Chinese Management Research Inauguration Convention 以及 2002 Convention of the Hong Kong Sociological Association 上发表。还要感谢许多审阅者以及高级编辑边燕杰(Yanjie Bian)、Anne Tusi 以及 Joseph Galaskiewicz 对于本文有价值的评论。他们耐心地在本文写作过程中给予笔者指导。

2. 验证性因子分析支持三个因子。拟合统计值 (fit statistics) Bentler & Bonett's Non-normed 指数为 0.947, 模型均方根误差 (RMSEA) 为 0.067。
3. 本文将分组年龄视为连续变量以保证有效的自由度, 年龄对于信任不是一个显著性因素, 因此采用虚拟变量不会影响结果。

REFERENCES

- Barber, B. (1983). *The Logic and Limits of Trust*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Baron, Reuben M. and Kenny, David A. (1986). 'The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations'. *Journal of Personality and Social Psychology*, **51**, 6, 1173-1182.
- Blau, Peter. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley.
- Brass, Daniel and Burkhardt, Marlene. (1992). 'Centrality and power in organizations'. In Nohria, Nitin and Eccles, Robert G.(Ed.), *Networks and Organizations*. Boston: Harvard Business School Press, (pp. 191-215).
- Brown, Thomas Ford. (1997). *Theoretical Perspectives on Social Capital*. Working paper located in <http://hal.lamar.edu/~BROWNTF/SOCCAP.HTML>.
- Burt, Ronald. (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- Butler, John. (1991). 'Toward understanding and measuring conditions of trust: Evolution of a condition of trust inventory'. *Journal of Management*, **17**, 3, 643-664.
- Butler, J. K. and Cantrell, R. S. (1984). 'A behavioral decision theory approach to modeling dyadic trust in superiors and subordinates'. *Psychological Reports*, **55**, 19-28.
- Cammann, C., Fichman, M., Jenkins, D. and Klesh, J. (1979). *The Michigan organizational assessment questionnaire*. Unpublished manuscript, University of Michigan, Ann Arbor.
- Chen, Chieh-Hsuan. (1994). *Subcontracting Networks and Social Life*. Taipei: Lien-Jin Press.
- Coleman, James. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: The Belknap Press.
- Creed, Douglas and Miles, Raymond. (1996). 'Trust in organizations'. In Kramer, Roderick M. and Tyler, Tom (Ed.), *Trust in Organizations*. London: Sage Publication Inc., (pp. 16-39).
- Cummings, L. L. and Bromiley, Philip. (1996). 'The organizational trust inventory: development and validation'. In Kramer, Roderick M. and Tyler, Tom (Ed.), *Trust in Organizations*. London: Sage Publication Inc., (pp. 302-330).
- Deutsch, Morton. (1958). 'Trust and suspicion'. *Journal of Conflict Resolution*, **2**, 265-279.

- Fei, Hsiao-Tung. (1948). *Peasant Life in China*. London: Routledge & Kegan.
- Downes, M., Hemmasi, M., Graf, L.A., Kelley, L., and Huff, L. (2002). "The propensity to trust: A comparative study of United States and Japanese managers." *International Journal of Management*, **19**, 4, 614-21.
- Fukuyama, Francis. (1996). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. NY: Free Press.
- Gambetta, D. (1988). 'Can we trust trust?' In Gambetta, D. (Ed.), *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*. Oxford: Basil Blackwell, (pp. 213-238).
- Gouldner, A. W. (1959). 'The norm of reciprocity: A preliminary statement.' *Symposium on sociological theory*. Evanston. IL: Row. Peterson, (p p. 241-70).
- Granovetter, Mark. (1973). 'The strength of weak tie'. *American Journal of Sociology*, **78**, 1360-80.
- Granovetter, Mark. (1985). 'Economic action and social structure: The problem of embeddedness'. *American Journal of Sociology*, **91**, 3, 481-510.
- Hardin, Russell. (2001). 'Conceptions and explanations of trust'. In Cook, Karean S. (Ed.), *Trust in Society*. NY: Russel Sage Foundation, (pp. 3-39).
- Hollon, C. J. and Gemmill, G. R. (1977). 'Interpersonal trust and personal effectiveness in the work environment'. *Psychological-Reports*, **40**, 2, 454.
- Hwang, K.K. (1987). 'Face and favor: The Chinese power game'. *American Journal of Sociology*, **92**, 944-974.
- Krackhardt, David. (1992). 'The strength of strong ties: The importance of philos in organizations'. In Nohria, Nitin and Eccles, Robert G.. (Ed.), *Networks and Organizations*: Boston: Harvard Business School Press, (pp.216-240).
- Krackhardt, David and Porter, Lyman W. (1985). 'When friends leave: A structural analysis of the relationship between turnover and stayer's attitudes'. *Administrative Science Quarterly*, **30**, 242-261.
- Krackhardt, David and Hanson, Jeffrey. (1993). 'Informal networks: The company behind the chart'. *Harvard Business Review*, **July-Aug**, 104-111.
- Lin, Nan, Fu, Yang-Chih and Hsung, Ray-May. (2001). 'The position generator: Measurement techniques for investigation of social capital'. In Lin, Nan, Cook, Karen and Burt, Ronald (Ed.), *Social Capital: Theory and Research*. NY: Aldine De Gruyter, (pp. 57-81).

Luo, Jar-Der. (2005). 'Toward a theory of trust in Chinese organizations'. Paper presented at Sunbelt XXV, Los Angeles, Feb. 2005.

Marsden, Peter and Campbell, Karen. (1984). 'Measuring tie strength'. *Social Forces*, **63**, 2, 483-501.

Miles, Raymond and Creed, Douglas. (1995). 'Organizational forms and managerial philosophies'. *Research in Organizational Behavior*, **17**, 333-372.

Mishra, Aneil K. (1996). 'Organizational responses to crisis: The centrality of trust'. In Kramer, Roderick M. and Tyler, Tom (Ed.), *Trust in Organizations*. London: Sage Publication Inc., (pp. 261-287).

Mowday, R.T., Steers, R.M. and Porter, L.W. (1979). 'The measurement of organizational commitment'. *Journal of Vocational Behavior*, **14**, 224-247.

Porter, L. W. and Smith, F. J. (1970). *The etiology of organizational commitment*. Unpublished manuscript, University of California, Irvine.

Robinson, S.L. and Morrison, E.W. (1995). 'Psychological contracts and OCB: The effect of unfulfilled obligations on civic virtue behavior'. *Journal of Organizational Behavior*, **16**, 3, 289-298.

Rotter, J. B. (1971). 'Generalized expectations for interpersonal trust'. *American Psychologist*, **26**, 443-52.

Sheppard, B. H. and M. Tuchinsky. (1996). 'Micro-OB and the network organization'. In Kramer, Roderick M. and Tyler, Tom (Ed.), *Trust in Organizations*. London: Sage Publication Inc., (pp. 140-165).

Sitkin, S., and Pablo, A. (1992). "Reconceptualizing the determinants of risk behavior". *The Academy of Management Review*, **17**, 1, 9-34.

Smith, Herman W. (1995). 'Predicting stress in American-Japanese business relations'. *Journal of Asian Business*, **12**, 79-89.

Smith, Herman W. (2002). 'Confirming and disconfirming supervisor-subordinate relationships in Japan, the USA, Germany and China'. 2002 Association of Japanese Business Association Best Papers and Abstracts, pp. 265-264.

Trompenaars, A. (1994). *Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business*. Burr Ridge, IL: Irwin.

Tsai, Wenpin and Ghoshal, Sumantra. (1998). 'Social capital and value creation: The role of

- intra-firm networks'. *The Academy of Management Journal*, **41**, 4, 464-478.
- Tsui, Anne S. and Farh, Jiing-Lih. (1997). 'Where guanxi matters--Relational demography and guanxi and technology'. *Work and Occupations*, **24**, 1, 57-79.
- Uzzi, Brian. (1996). 'The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations'. *American Sociological Review*, **61**, 674-698.
- Wasserman, Stanley and Faust, Katherine. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wellman, Barry. (1992). 'Which types of ties and networks give what kinds of social support?' *Advances in Group Process*, **9**, 207-35.
- Wellman, Barry and Frank, Kenneth A. (2001). 'Network capital in a multilevel world: Getting support from personal communities'. In Lin, Nan, Cook, Karen and Burt, Ronald (Ed.), *Social Capital: Theory and Research*. NY: Aldine De Gruyter, (pp. 233-273).
- Yamagishi, Toshio, Cook, Karen, and Watabe, Motoki. (1998). 'Uncertainty, trust, and commitment formation in the United States and Japan'. *American Journal of Sociology*, **104**, 165-195.
- Yamagishi, Toshio and Yamagishi, Midori. (1994). 'Trust and commitment in the United States and Japan'. *Motivation and Emotion*, **18**, 2, 129-166.
- Yang, M. 1994. *Gifts, Favors, and Banquets: The Art of Social Relationships in China*. NY: Cornell University Press.
- Zucker, Lynne G. (1986). 'Production of trust: Institutional sources of economic structure, 1840-1920'. *Research in Organizational Behavior*, **8**, 53-111.

Table 1. Exploratory Factor Analysis of Trust Items

		Mean	Std.	Factor 1	Factor 2	Factor 3
Item description				特殊信任	对于同事的 一般信任	对于组织的 一般信任
Rotated Factor Pattern						
整体社会网问卷						
1	I think that he/she is honest.	2.51	2.34	.76	-.02	.08
2	I think that he/she is competent for his/her job	3.11	2.69	.85	.04	.13
3	I think that his/her behavior is stable	2.52	2.45	.87	.12	.03
4	I think that he/she is concerned about my interests	2.76	2.58	.80	.14	.09
5	Who are the most trustworthy persons?	1.99	1.64	.85	.06	.08
Trust Inventory Questions						
1	I think that my colleagues talk straight	4.81	1.29	.09	.85	.18
2	I think that my company encourages me to speak openly and talk freely	5.23	1.14	.11	.71	.37
3	I think that my colleagues exchange information and opinions freely	4.97	1.27	.02	.83	.20
4	I think that my department head is honest	5.12	1.18	.10	.56	.49
5	I think that I will get advanced notice before any changes about my job	4.99	1.10	.09	.23	.67
6	I think that my department head will clearly explain the firm's decisions to me and make me satisfied	5.11	1.11	.18	.38	.73
7	I think that my colleagues are honest	5.21	1.19	.08	.68	.38
8	I think that my decisions in my work are often respected by my company	4.77	1.31	.05	.19	.82
9	I think that my company takes its employees' opinions seriously	4.96	1.30	.09	.30	.82
Cronbach α				.85	.87	.83
Eigen values				5.48	3.12	1.03

Table 2.所有变量的相关表

Variables	Mean	SD	Mean (Mainland)	Mean (Taiwan)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1 地区 (1=台湾)	.35	.48													
2 性别 (1=女性)	.41	.50	.46	.33	-.13*										
3 年龄 (5 类)	2.00	1.08	1.48	2.86	.62***	-.19***									
4 婚姻状况 (1=单身)	.67	.59	.82	.34	-.70***	.03	-.14*								
5 公司任期 (年)	2.38	1.62	2.13	2.78	.19***	-.03	.50**	.13*							
6 共享远景	4.69	1.09	4.50	5.16	.27***	-.14*	.23**	-.14*	.13*						
7 组织承诺	4.91	.95	4.77	5.10	.18**	-.13*	.19**	-.04	.10	.77**					
8 情感网络的中心位置	0.19	.13	.21	.17	-.14**	-.12*	-.12*	.13*	-.06	-.10	-.04				
9 咨询网络的中介位置	0.05	.06	.06	.03	-.25**	-.14*	-.06	.26**	.11*	-.01	-.02	.36**			
10 特殊信任	.27	.21	.29	.24	-.11*	-.18**	-.10	.03	-.13*	.06	.08	.42***	.32**		
11 对于同事的一般信任	5.06	.98	5.08	5.06	-.01	-.16**	-.02	-.01	.00	.47***	.48***	-.01	.05	.18**	
12 对于组织的一般信任	4.95	.99	5.03	4.82	-.10	-.09	-.09	.04	-.02	.47***	.52**	-.02	.11	.22**	.69***

* p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001

Table 3.特殊信任的回归结果

		特殊信任	
		Model 1	Model 2
截距	Intercept	0.10	0.004
控制	样本 (1=台湾人)	-.17***	-.12*
	性别 (1=女性)	-.08***	-.05*
	年龄	.02	.02
	婚姻状况 (1=未婚)	-.06	-.05
	公司任期	-.01	-.02
	共享远景	.007	.009
	组织承诺	.02	.02
结构变量			
	情感网络的中心位置		.42***
	咨询网络的中介位置		.66**
	R ² change		.13
	Overall Adjusted R ²	.08	.21
	Model F Value	4.68***	8.01***
	Standard Error	.20	.19
	Degree of freedom	289	287

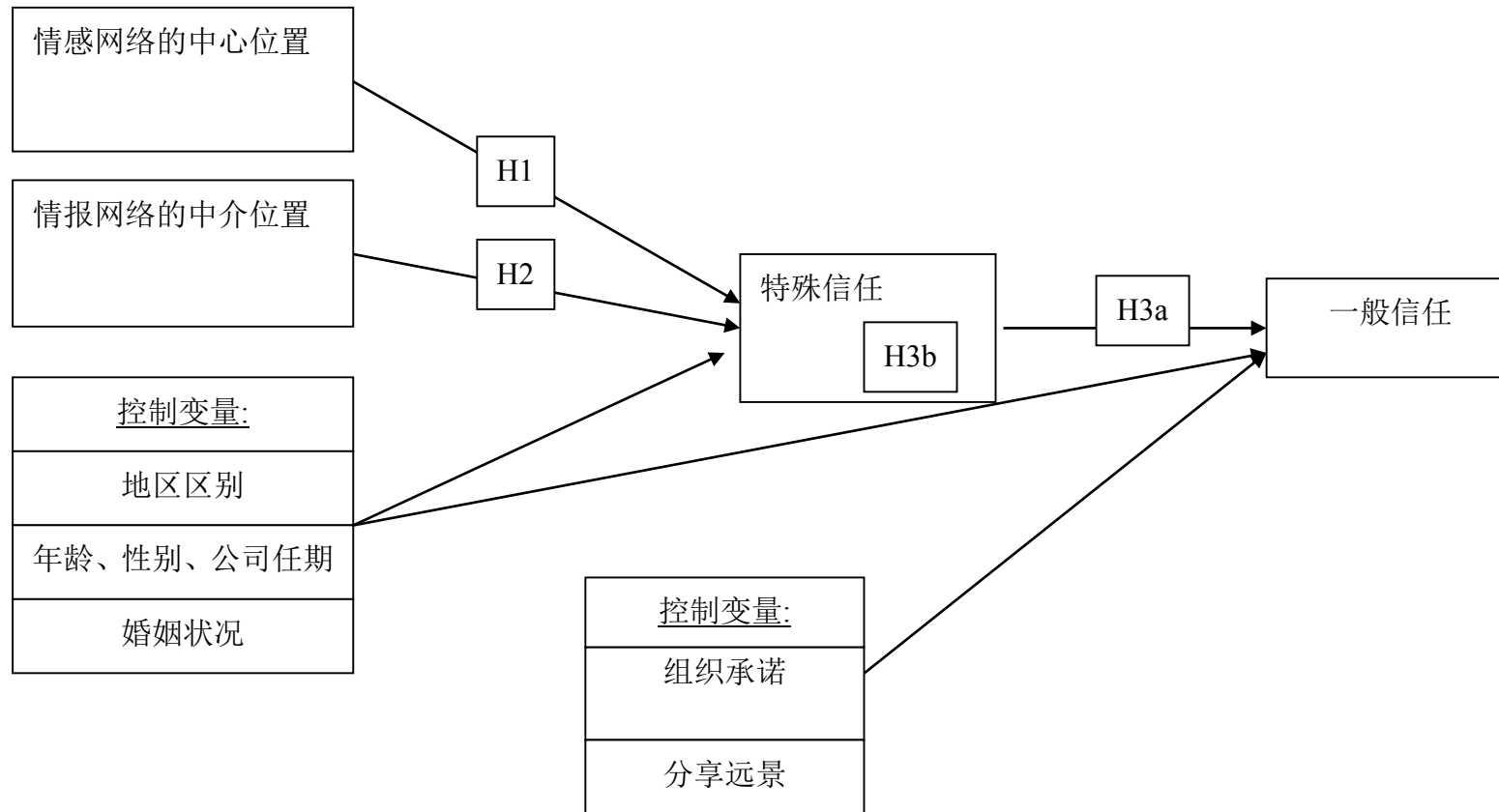
* p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001

Table 4.一般信任的回归结果

	Trust in general colleagues		Trust in the Organization	
	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
截距 Intercept	2.54***	2.49***	1.95***	1.98***
控制				
地区 (1=台湾)	-.34	-.25	-.48*	-.34
性别 (1=女性)	-.25*	-.20*	-.08	-.01
年龄	-.07	-.08	-.09	-.11
婚姻状况 (1=未婚)	-.15	-.10	-.13	-.08
公司任期	.01	-.02	.00	-.01
共享远景	.29***	.29***	.29***	.28***
组织承诺	.26**	.24**	.34***	.32***
结构与信任变量				
情感网络的中心位置		-.10		-.62
咨询网络的中介位置		-.42		.53
特殊信任		.76**		.98***
R ² change		.05		.03
Overall Adjusted R ²	.29	.34	.34	.37
F Value	18.3***	12.19***	22.91***	14.78***
Standard Error	.83	.82	.81	.79
Degree of freedom	289	286	289	286

* p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001

Figure 1. 网络结构的研究模型. 特殊信任与一般信任



Particularistic Trust and General Trust: A Network Analysis in Chinese Organizations

ABSTRACT

In this paper, I examine the structural positions in two different types of networks and their relationship to trust. I propose two types of trust: particularistic which is trust in specific other individuals and general trust in colleagues and the organization as a whole. The findings suggest that both centrality in the friendship network and the go-between position in advice networks are related to particularistic trust towards the other individuals in the networks. Particularistic trust, in turn, is associated with the two kinds of general trust. I introduce the Chinese concept of *pao* to explain the Chinese dynamic of trust formation in interpersonal networks.

Key words: Trust, Network Structure, Social Network, Pao, Guanxi