

名声效应、重复博弈与农村集体行动

詹国辉¹ 张新文^{2*}

(1. 南京财经大学 公共管理学院, 南京 210023;
2. 南京农业大学 公共管理学院, 南京 210095)

摘要 为探究个体名声效应嵌入到农村集体行动后不同主体间的博弈行为,利用博弈论的研究方法,对个体农户和农村合作社组织的合作博弈均衡机制进行研究。结果表明,在限制成员退出而构成的重复博弈环境下,只要建立起合理的监督与惩罚机制,名声效应会对合作社成员和农民个体的机会主义行为抑或是搭便车行为形成有效约束,从而促成农村合作社组织以及农民个体之间的良性集体行动。

关键词 名声效应; 集体行动; 重复博弈; 个体农户; 农村合作社组织

中图分类号 D662.2 **文章编号** 1007-4333(2018)06-0210-09 **文献标志码** A

Reputation effect, repeated game and collective action in rural areas

ZHAN Guohui¹, ZHANG Xinwen^{2*}

(1. School of Public Administration, Nanjing University of Finance and Economics, Nanjing 210023, China;
2. College of Public Administration, Nanjing Agricultural University, Nanjing 210095, China)

Abstract To explore the game theory between different subjects after individual reputation effect was taken into rural collective action, the cooperative game equilibrium mechanism between individual farmer and the rural cooperative organization was investigated using research methods of game theory. The results showed that: Under the repeated game environment caused by restricting the withdrawal of members, as long as establishing the reasonable mechanism of supervision and punishment, the reputation effectively activated the constraint of opportunistic behavior or free-riding behavior about members of cooperatives and individual farmers, which could promote the of sound collective action of individual farmers with rural cooperative organization.

Keywords reputation effect; collective action; cooperative game; farmer; rural cooperative organization

随着市场经济的不断深入,传统农村在城镇化、工业化不断推进的当下中国处于一个不断消减的过程。中国的自然村 2000 年左右约有 360 万个,而到了 2010 年则只剩 270 万个,平均每天消失的自然村大概有 80 个到 100 个^[1]。此外,现阶段乡镇政府的“悬浮型政权”的特点,农村集体行动所需的人、物、财等均具有局限性,与此同时治理手段的单一化困境,使得传统农村社会的治理模式无法适应现阶段农村社会发展的需求。但是,村庄集体行动的推进是农村治理能力现代化的客观体现,倘若不加以有效运用,使其匹配于村民群体的客观需求,其结果将

阻碍农村集体行动的良性互动。集体行动是一种有选择的公共行为,其目的在于实现和增进共同体的利益(如物质、名声、信誉等)^[2]。Epple 等^[3]认为只要存在集体行动,就会有陷入到其困境之可能,这缘于集团内部个体成员的理性选择有可能造成集体的非理性行为。新制度主义学派认为调整和优化现行的制度结构以及政策体系设计有利于解决“搭便车”行为。事实上,基于农村场域的复杂性与不确定性,中国村庄有着其特色性的内源积淀与自治特点,那些试图通过制度结构的再造来达到改善治理成效的方式也许无法适应“熟人社会”特征的村庄。但

收稿日期: 2017-08-16

基金项目: 国家社会科学基金项目(14BGL150); 农业部软科学研究项目(K201719-1); 河北省社会发展研究课题(201708110317); 清华农村研究博士论文奖学金项目(201711)

第一作者: 詹国辉, 讲师, 主要从事基层治理与三农政策分析研究, E-mail: zhanguohui0326@126.com

通讯作者: 张新文, 教授, 主要从事农村公共服务与乡村治理研究, E-mail: zzw@njau.edu.cn

Guttman^[4]认为,依托于社会资本作用,将微观层次的农民个体行为与宏观层次的集体行动相互嵌入,并以整合与互惠为原则,实现个体与集体理性的相统一,最终会促成良性集体行动的达成。然则从经济学观点出发,上述观点其忽略了集体内部成员的异质性(即经济与社会性的差异),一旦出现“个体出力,收益共享”的现象,原先局面的固有均衡博弈局面将会被打破。正是基于异质性客观存在的特点,有必要对研究的“农户”加以界定,本研究所选择的“农户”是本合作社的建构和运营有较强主导性的精英农户或者大户。以宏观视野观之,在具有各种地域特征和不同文化习俗的中国农村,名声是农民个体行动和策略选择的隐性依据,而这亦是个体的无形资产。此外,中国自古以来就有礼尚的传统,而名声是礼尚的现实“商标”,名声效应在农村文化和社会资本中的活跃程度无疑是凸显的。但是,名声效应对集体行动是一种什么样的运行逻辑,同时又会对其与组织间的行为博弈呈现什么样的特征?当下的中国农村又应当如何规避“搭便车”等机会主义行为?基于此,本研究拟从名声效应这一充斥不同社会资本内涵的视角探究农村集体行动的逻辑,运用重复博弈方法来探求名声效应下如何有效规避个体成员在农村集体行动中搭便车问题的行动逻辑。

1 分析框架

1.1 理论基础

中国多数农村相当程度上归属于典型的“熟人式”乡土社会,熟人关系网络有效地嵌入到乡村治理的运转过程中。伴随以社会名声来积累出个体以及集体性的社会资本是集体行动发生与发展的关键性要素。名声效应对个体的激励集中表征出自发性(Spontaneity)、累积性(Accumulation)以及非强制性(Non-Mandatory)等非正式支持特点,唯名声效应能自发性地累积个体的社会名声,并将此效应发

挥出扩散功效。随着时间的推移,名声效应对个体以及农村合作机制的网络关系产生了显著影响。一是通过个体名声的积累,从而达到抑制机会主义行为的效果。名声也是熟人环境下的个体在长期交往过程中所形成社会资本的外显效果,其与当地的风土人情、传统习俗是相互嵌入的;二是强化个体或者合作社成员之间的合作关系,在农民个体以及合作社成员的重复性交往过程中积累好名声,以求获得集体内部成员的认同感,从而形成一种合作式的力量,这不仅仅能够起到激励效应,还有助于促使集体成员通过重复性博弈来达成合作互惠性的选择,从而寻求出可预期性的合作空间,最终建构长期合作关系。农村场域内的名声是以农民个体的反复性互动来实现,以便于提升集团成员的认同感,强化社会信任感与外部意愿度,旨在进一步减少因不确定性行为而造成的外部性损失。Sproule等^[5]认为农户个体以及合作社成员借助于名声效应,增加成员内部间的信任度,降低社会交往以及集体行动过程中的交易成本。当前农村合作社机制的建立与运行,尚未能有效促成农民个体与合作社成员参与到集体行动中。基于农村社会的熟人关系网,尽管部分成员有离开合作社组织的可能,其仍旧与合作社的内部成员有重复性的社会交往。

此外,社会支持的关注点集中表现为“基本和工具性的帮助、日常活动、情感支持,抑或是以信息和其他方式所提供的支持”。按照社会支持的主体划分,可将社会支持分为正式支持(Formal Support)和非正式支持(Informal Support)^①这两者在支持的主体、内容和功能上的不同,如表1所示。不可否认的是,名声效应一直内嵌于社会关系中,从有机整合到非正式支持都能主观感受到这一现象^[6]。在劳动力外流普遍、亲缘及代际关系日趋冷漠化和礼尚文化逐渐式微的部分农村,附带非正式支持的名声效应普遍薄弱。因名声的个体和地域差异,政府支

表1 正式支持与非正式支持的差异比较

Table 1 Differences between formal support and informal support

社会支持类型 Types of social support	主体 Subject	内容 Content	功能 Function
正式支持 Formal support	政府和其他正式组织	财政投入、基础设施供给、制度建设	集中于物质生产与再造
非正式支持 Informal support	亲属、邻里及非正式组织	情感沟通、生活生产的互助合作	关注于社会情感、社会关系

① 正式支持主要体现在政府层面的制度安排,诸如农村财政经费的投入、基础设施的提供、农村自治政策体系的建立等一系列相关组织制度支持;而非正式支持则是由场域内部的主体对另一主体提供物质、精神、心理以及社会关系网络等方面上的支持。

持以及政府外的非正式支持在社会关系网络也表现出差异性,如果能合理名声效应,就有可能撬动社会关系网络中的其他支点,最终形成互益性的集体行动。

1.2 分析框架的建构

在计划经济时期(1978年之前)以及分户单干后的市场经济体制中未能够得到有效的理论证实,此外实践中许多符合农村共同利益需求的集体行动也并没有真实发生^①。除非利益集团人数很少或者存在强制性或选择性激励,否则想形成的集体行动是非常困难的,甚至是不可能的。现实实践中,在不存在强制或选择性激励的情况下,依然有一定数量的集体行动发生,这是经验世界对理性选择学派观点的反驳,如征地拆迁导致的集体抗争、环境污染导致的集体抗议等。近年来,在经济和社会的协同发展层面,农民、农业合作社、村民自治组织之间也存在不少集体行动的困境,忽视这部分经验事实显然不利于理论研究的发展。随着农业经营主体的多元化,集体成员规模发展到较大程度时,个人从合作集体收益中所能享受到的收益份额较少,个体成员享受的收益难以抵消个人在集体行动中所付出的成本^[7]。事实上,无论个体是否会为合作社组织出力,他/她亦能享受到场域内他人行动所带来的额外收益,搭便车的行为自然成为场域内各成员的普遍性策略选择^[7]。不过,利益集团走出集体行动的困境也并非无可能,

前提是要存在强制性或是选择性激励^[8]。

须注意的是,社会人的经济行为是嵌入到社会生活与社会结构之中的,而核心的社会结构是场域内人们的社会网络。Stigler等^[10]认为,甚至在某些时刻嵌入到“强关系”之中,使得社会资本(名声、信任等要素)能够成为规避“搭便车”行为的有效之道。此外,当人处于一个利益集团性质的社会网络之中,其价值观念会发生诸多异变。从家庭或教育灌输的价值观念以及社会强有力的道德约束与伦理法则会限制个体的行为。如林毅夫所言,当个体信奉意识形态并按照这种形式形态来要求行事,最终会带来比较“虔诚”的效用商品,而这种效用能够补偿信奉者因减少搭便车行为所付出的成本,从而使意识形态具有克服搭便车的社会功能。综合上述理论分析的结果可知,利益集团内部所发生的“搭便车”等机会主义问题不一定如奥尔森所言的那样普遍。对于农村场域下的集体行动而言,有效规避搭便车的手段也并非仅有强制或选择性激励,社会资本、意识形态等亦可成为治理“搭便车”的有效机制。基于当下农村区域的复杂性和不确定性,农村集体行动自然表现为动态性、多阶段的链式发展过程。上述的理论阐述仅存于静态分析,限制了农村集体行动的诠释范围与深度。为此,可以把名声效应作为一个可观察的变量要素,本研究试图建构一个关于“农村合作社组织—农民”参与集体行动的理论分析框架(图1)。

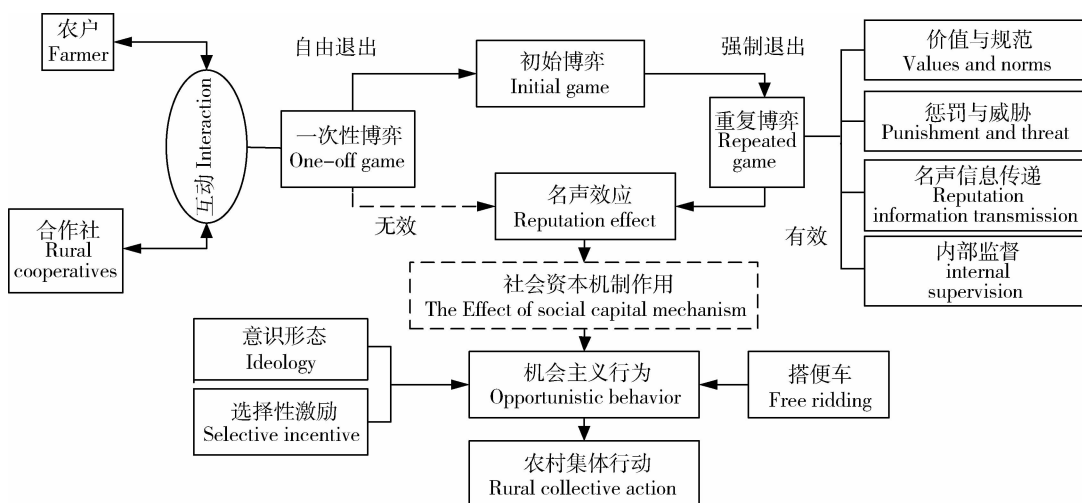


图1 名声效应下农村集体行动的逻辑

Fig. 1 The logic of rural collective action under the reputation effect

① 对于共同利益能够产生积极地集体行动,除了具有标杆和典型意义上的江苏华西村、山西大寨村、河南南街村等外,在1982年前的多数农村被证明是低效的。在家庭联产承包责任制后,市场化的导向对于分散而居的自然村和行政村而言,其产生集体行动的可能性在利益取向上更偏于经济层面,社会行动层面的共同利益对农户而言,不仅难以识别,更难以产生。

2 重复博弈下名声效应与参与集体行动的关联

集体行动的达成有赖于个体农户与合作社之间的合作,社会性契约在此扮演着不可或缺之效。对个体而言,由于契约的不完全性、或是信息不对称性以及法理知识上的局限,仅依靠法制和外部监督难以构成强制且有效的履约机制。因此,有必要寻出一种公开且便于执行机制之外的要素来保障农村社会发展的常态化,由重复博弈与关联博弈所形成的名声效应,能够有效保障农村关系型契约的自我实施。

2.1 基本假定

1) 农民合作社组织存在一定的进入与退出机制,并在可见的时期不会出现解体现象,换言之博弈是在基本固定的个体之间进行,是无限次的博弈过程。

2) 参加农民合作社组织的类型主要分为两类:一种是诚信可嘉的农户(θ^1);另一种是机会主义者(θ^2)。一般而言,诚信可嘉的名声效应比较明显,选择合作与整合的机率比较大;而机会主义者的名声相对较差,选择搭便车的行为可能性必然多一些。

3) 单个农户而言,作为诚信者的可能性为 $p(\theta^1)$,作为机会主义投机者的可能性为 $p(\theta^2)$ 。而农民合作社组织成员的行动集合为{合作(以 A^1 表示),搭便车(以 A^2 表示)},合作社组织的行动集合则是为{正评价,负评价}。

4) 比较守诚信的农户选择合作的可能性为 α ,即有 $\alpha = p(A^1 | \theta^1)$,为此搭便车的可能性即为 $1 - \alpha = p(A^2 | \theta^2)$,而对于机会主义者选择合作与整合的可能性是为 β ,则有 $\beta = p(A^1 | \theta^2)$,搭便车的可能性则是为 $1 - \beta = p(A^2 | \theta^2)$ 。一般意义来看,诚信俱佳的个体农户会比机会主义者认同并参与集体行动(即公共品供给)的可能性更大,即为 $\alpha > \beta$ 。假定农户的名声效用函数可以表示为:

$$U = U(R, X); \frac{\partial U}{\partial R} > 0 \quad (1)$$

式中: R 表示名声效用水平, X 表示除了名声以外对个体农户效用产生影响的其他因素。此外,名声水平与外部效应之间呈现出连续性。换言之,证明其导数是存在的,且一阶偏导大于零,现实意义在于农户的个体效用会随着名声效用水平的提高而提升^[11]。

2.2 博弈过程

在不完全信息的前提条件下:1)处于自然状态下的各方利益主体无法全获知他者的私有信息,且每个农户都是相互独立的。因此,个体之间只知道自身的行为类型,却不知其他农户的类型。不过,农村社会是“熟人社会”,对他者的信息有所了解,能知晓该农户类型的可能分布,且易获取场域内部的“自己人”分布状况。2)农户根据自己的效用函数选择具体的行动,在采取行动之前会预判合作社组织对其行动而采取的相应策略。个体倘若采取合作性行为能够保障集体行动的有效性,同时亦会增加场域内的集体利益,因此农村合作社组织的评价会趋向于正值。但Twight等人^[12]认为,一旦所采取的行动策略是搭便车行为,就会造成农村公共品的外部性问题,集体福利会降低,最终的结果是负向度的评价。因此,农村个体农户的行动策略选择会引起下一个周期的名声水平变化,最终会因名声效应变化而形成新的博弈。3)在与其它方受益主体达成集体行动之前,合作社组织无法确定个体的类型。但依据前期的社会认知与接触,得到该农户是值得信赖的可能性是 $p(\theta^1) = p_0$,机会主义的可能性为 $p(\theta^2) = 1 - p_0$,且 $0 < p_0 < 1$ 。因此,在经过双方主体的博弈后,依据贝叶斯法则,合作社组织调整对个体农户的认知可能值,依据实际认知可能进而来判断体的名声效应水平。

2.3 博弈中的“精炼贝叶斯均衡”

针对个体农户的行为策略选择,农村合作社组织会对可能的策略选择做出贝叶斯修正:

1)倘若个体农户的策略选择为合作,则依据贝叶斯法则,可计算出个体农户所值得信赖的可能概率为:

$$p(A^1 | \theta^1) = \frac{\alpha \times p_0}{\alpha \times p_0 + \beta \times (1 - p_0)} \quad (2)$$

依据前面的假定,可以得到 $p(A^1 | \theta^1) > p_0$ 。这说明个体参与集体行动的行为会得到应有的正向评价,其名声效应水平会有所上升。

2)而农户若选择以搭便车的心态参与到其与合作社组织的集体行动之中,所信赖的可能概率为:

$$p(A^1 | \theta^2) = \frac{(1 - \alpha) \times p_0}{(1 - \alpha \times p_0) + (1 - \beta) \times (1 - p_0)} \quad (3)$$

同理可得, $p(A^1 | \theta^2) < p_0$,这反映出一旦选择“搭便车”行为,将会遭受负评价,致使个体的名声受

损,社会关系网络关联度及社会效用自然会降低。同时,个体农户在参与农村集体行动过程中对上述行为后果有预知。因此,为了提高自身的效用,个体农户会选择采取合作行为。此外,合作社组织对个体合作行为的反应是正向评价,那么集体福利必然会增加。因此,在这种情况下,无论哪一方参与主体都不愿意改变前期策略,这就容易能够形成一个精炼的贝叶斯均衡(合作,正评价)^[13]。

3 多维要素条件下名声效应和重复博弈的影响

重复博弈发生在农户和合作社为主要的交易场域内,但经济行为及社会交易内嵌于场域内部各个行为主体的社会网络。由此,各方行为主体既要参与到交易场域中的经济博弈过程,又要融入到社会博弈,两类博弈之间存在相关关联,当一定条件下,两类博弈自动转变为关联博弈。日本学者青木昌彦^[14]认为,在独立条件下,关联博弈能够使原本苛刻的激励约束条件自动转变为宽松条件。因而在博弈过程中,农村合作社中个体成员的名声效应在社会交往过程一旦达成,其所获得的社会资本也能逐

增,例如他人对其的赞赏、社会尊重以及社会归属感。而如若个体成员的信誉丧失,被他人所排斥的可能性增加,本该属于其本人的社会资本将随之而殆尽,因为这一行为的后果将给个体带来非必要性的损失,例如被其他人疏远、交际孤独以及所需要帮助时却得不到帮助。因此,在交易域中的经济博弈过程中,参与主体为了获得博弈收益,将会努力建立必要的社会名声和自我约束,便于与其他成员形成合作式行为。

3.1 博弈过程

假定个体参与合作社组织的经济博弈过程中所需要支出的成本为 C_1 ,从有效且成功的集体行动中所获得收益为 V ,搭便车行为就将会降低其组织的集体福利,设定这将使得单个农户收益平均减少 v 。而个体农户参与社区博弈每期需要支出的成本为 C_2 ,获得社会资本受益为 Ns ,设定 $Ns - C_2 = \Delta v > 0$,这说明个体在社区博弈过程中每期都能得到一个正向的净收益。但倘若个体被其他成员或是合作社组织所排斥,则会给个体带来相应的成本。合作社组织在博弈前,其关联博弈的扩展式可用图 2 来表示。

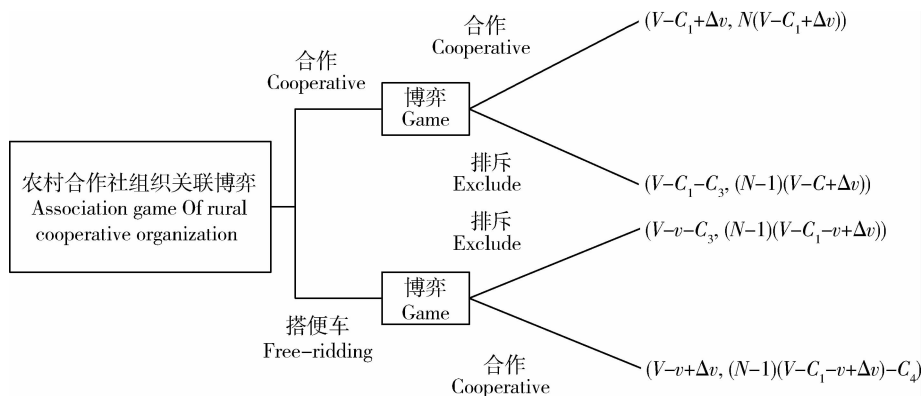


图 2 农村合作社组织参与农村集体行动中的关联博弈

Fig. 2 Association game of rural cooperative organizations participating in rural collective action

其中： N 是农村社区中个体的数量， $(N - 1)$ 是排斥搭便车的个体参与社区博弈的农户数。 Δv 是农户在每期社区交易中的净收益， C_4 为社区与搭便车农户继续合作的损失。

本研究主要采纳后向归纳法来寻求出此关联博弈的均衡解：

1) 个体农户的行为取决于集体行动中其与合作社组织的合作情况,从而采取相应的博弈策略。倘若农户在合作社组织的博弈过程中选择合作行为,

则社会交易达成;而一旦选择“搭便车”行为,将该个体驱逐出,以此来避免名声的再次损失^[15]。

2) 个体农户在预期到社区对自身博弈过程中行为的回应,也会做出多项策略选择。在关联博弈过程中,合作的总收益大于搭便车行为的总收益,个体才会选择合作。此时,其激励相容条件是为 $V - C_1 + \Delta v > V - \Delta v - C_3$, 即 $v + \Delta v + C_3 > C_1$ 。由于增加了社区博弈的净收益,它放宽了在非关联博弈下合作社组织关于经济博弈的激励相容条件,同时也

增加了个体与合作社组织博弈中选择合作的可能性。只要农村社区博弈的收益足够大,就会使得 $v + \Delta v + C_3 > C_1$ 成立,则(合作,交易)必然是一个精炼的纳什均衡选择。

3.2 退出权与名声效应

在集体行动中要实现名声的积极效用,必须使重复性博弈发生正向积极效应。而在农村,无论是合作社、个体农户还是村级组织等,重复博弈能否顺利进行与内部个体成员的退出权直接相关。可以显见的是,退出权决定了主体之间博弈的类型,如单次或重复博弈,在一定程度都影响了后续的博弈均衡。合作社的存在有利于提升利益集团的集体行动效率,而一旦成员在行动过程中产生偷懒甚至退出的行为和策略选择,就会使得组织的集体行动陷入困境,自然也就毁坏了前期达成的合作协议。正是这部分成员的自由退出,使得集体内部的博弈成为单性博弈,而这种博弈对个体成员而言不会产生任何威胁,但会导致组织陷入到集体行动的困境而使得合作趋于解体。如果不发生上述境况,Uetake^[16]认为只有将个体成员退出的可能性降到极低,提高退出成本,成员的偷懒行为或者退出才会被遏制,而这时双方的策略选择就构成了“子博弈精炼纳什均衡”。当每个成员都将退出作为惩罚偷懒者的战略时,此时每次博弈就达到“子博弈精炼纳什均衡”,因此退出权作为一种威胁策略的选择被认为是可行的。为了保留个体成员能够自由退出集体行动的权利,需要约束和惩罚“偷懒”特征的个体。尽管这一观点在现行农村具有解释力,但是在实践中很多问题仍有牵强之处。为了惩罚偷懒成员的退出,个体就将会承担退出所带来的成本,而如若是受益,却是众人所共享。对此,笔者认为行使退出权惩罚偷懒者的集体行动在当下中国农村场域中难以实现,最终有可能致使惩罚变得“不可信”。同样,没有人会理性到因担心自己偷懒而导致其他合作成员的退出,最终造成整体性的合作局面被解构,原因在于对偷懒者最严厉的惩罚方式无非是恢复到“个体单干”模式。相比而言,本研究认为限制农民个体的退出对惩罚偷懒者更具有可行性。在保证农民个体退出权的境况下,单阶段博弈演变成重复博弈的条件将不再具备。如限制农民个体的退出,过于自私且名声较差的偷懒者,就会在重复博弈过程中逐渐被边缘化,这种威胁就会迫使成员尽可能选择与他人合作而不是偷懒。倘若施以强制性手段来限制个体退

出组织,这不仅与政策相冲突,还与个体自身的行动意愿相背离。在此情况下,农村合作社组织要实现内部重复博弈,必然要建立在名声效应机制的作用下,积极博弈从而促成集体行动的顺利进行,但要施以有效手段来增加因退出而产生的额外成本。

3.3 监督、惩罚与名声效应

合作社能够成功的关键性要素在于成员之间达成可信度的名声,而这基础不仅以道德来维系,还需要有组织外部的有效监督。在机会主义的假设下,外来监督对集体行动的参与主体约束尤显得不可或缺。事实上,组织内的监督往往并不完美,缘起于监督所内生的正外部性特质。Ostrom^[17]认为“在存在个人监督者的情况下,相对成本与收益的配置肯定与原先的配置有所不同,后者的监督成本较低,或者个人的收益较高,抑或是两者都将存在”。因此,对于合作社组织而言,要达成集体行动,必然要解决监督问题的经济技术手段,以防止组织内部监督陷入困境。Hosmer^[18]认为组织需要共同的社会化和对利他主义的选择来降低监督成本,同时要保证名声效应能够有效发挥作用,还要在组织成员之间将监督所获得的信息资源相互传递,促使这种欺骗行为成为组织内部的公共信息。由于个体的名声信息在传递过程中表现为正外部性,因此也往往是并不完美的,因此需要在组织内部建立专门的成员名声信息传递单元,或是委托独立的成员个体,来担负起内部成员行为和名声信息的收集整理以及对外披露^[19]。除了建构和寻找名声信息的传递主体之外,还需要着手建构名声信息传递网络,这或许能成为社会失序中名声机制发挥作用的有效载体^[20]。

名声效应建立在失信成本大于失信收益的基础上,倘若失信得不到应有惩罚,就会降低欺骗者或偷懒者的失信成本,也会进一步引致欺骗的违规行为,最终或许会瓦解组织。为此,要实现名声效应的发挥,必然需要建立出失信的惩罚机制,并且这种机制能够将名声资本的损失加给企图偷懒或是具体机会主义倾向的成员,从而改变失信者的预期收益,使得它们会选择合作策略。然而仅有相应的惩罚措施是不足以达成比较合意的结果,同时还需要保证惩罚是分级的和惩罚威胁的可置信性(Reliable)。采用分级的惩罚对非合作者进行应有的制裁,可以避免在变化和不确定环境中僵硬地执行统一规则可能产生的较高成本。在保证惩罚灵活性的同时,对不合作者的惩罚还必须存有可置信的。基于此,组织

内部的惩罚必须及时执行,否则失信惩罚将有可能变成可置信的威胁。

3.4 内化价值、组织认同与名声效应

Bickerton^[21]认为,囿于监督机制的不健全以及信息的不完备,建立在显性规则上的外部惩罚机制对成员行为的约束仍存在一定的局限,但通过成员自我约束的内化价值可以较好地弥补这一缺陷。基于内化价值所形成的组织认同,成员不仅受到自身行为和其他成员行为的影响,同时还受到组织认同和自我形象的影响。倘若某个体违反了达成共识的行为规范,其内心也会受到自责和不安,表现为效用水平的降低。如若采取机会主义行为给他带来的形象损害越大,他违规的激励也就会越来越小^[22]。

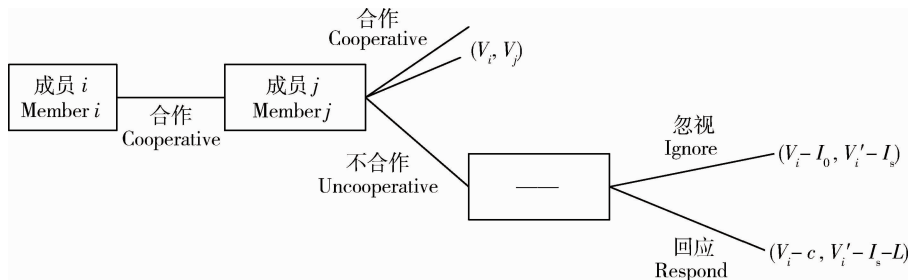


图3 组织认同下成员的互动博弈

Fig. 3 Interaction game of members under organizational identification

在完全信息下,存在以下5个子博弈的完美纳什均衡:1)当 $V_j' - I_s - L > V_j$,且 $c < I_0$ 时,成员 j 会违规,而成员 i 会采取措施惩罚成员 j ,使其采取符合其内化价值和集体价值的行为,此时的子博弈完美纳什均衡为(合作,违规,回应);2)当 $V_j' - I_s - L > V_j$,且 $c > I_0$ 时,成员 j 会违规,而成员 i 会忽视成员 j 的违规行为,不会采取惩罚措施,此时的子博弈完美纳什均衡为(合作,违规,忽视);3)当 $V_j' - I_s - L < V_j < V_j' - I_s$,且 $c < I_0$ 时,成员 i 和成员 j 都会采取符合集体价值和规范的行为,此时的子博弈完美纳什均衡为(合作,合作,忽视);4)当 $V_j' - I_s - L < V_j < V_j' - I_s$,且 $c > I_0$ 时,成员 j 会违规,但由于实施惩罚的成本过高,成员 i 会选择忽视,此时的子博弈完美纳什均衡为(合作,违规,忽视);5)当 $V_j' - I_s < V_j$,成员 i 和成员 j 都会采取符合集体价值和规范的行为,此时的子博弈完美纳什均衡为(合作,合作,忽视)。

基于上述的博弈均衡结果可得出,对于成员 j 而言,无论成员 i 是否会做出如何回应,只要违规给他本人所带来的名声效应受损值越大,即 I_s 越大,

为此,本研究借助博弈论对此展开进一步分析。假定农村合作社组织内存在两个成员,分别是 i 和 j ,每个成员都有两种行为选择合作与违规(不合作)。假定成员选择符合组织集体价值规范的行为,则可以获得收益 $V(V > 0)$ 。进一步地假定成员 i 采取合作行为,成员 j 则采取违规行为。对于成员 j 而言,其违规行为所获得一项收益 V_j' ,但同时由于违规行为违背了组织内化的价值观,因此将会损失收益 I_s' ,不仅如此, j 的违规行为会给造成了负的外部性。针对 j 的行为, i 可以选择忽视,亦可以采取相应的惩罚措施。假定 i 采取措施将自己的收益维持在 V_i ,由此产生的成本为 c ,给 j 带来了的损失为 L ,则两个成员之间的博弈可以如图3所示。

他所违规的激励值就越小。对于成员 i, j 而言,如果成员 j 违规给他带来的负外部性越大,即 I_0 越大,他就越有激励来对 j 实施惩罚^[23]。

由此可见,内化价值和组织认同对维持社会组织的存续是十分必要的。通过内化价值使得个体形成对组织的集体认同,不仅可以减少个体违规的次数,还能激发组织成员对违规成员的监督与惩罚。

4 结论

舆论、面子和社会资本是传统熟人社会的特征,它们的流失意味着熟人社会的变迁。随着中国经济与社会的转型进程不断地向纵深层次的推进,如何利用“名声”作为中间变量,连接起“空心化”不断延伸的村庄行动是社会建设的新议题。农村集体行动的有效性是当前“美丽乡村”建设的重点方向,亦是“三农问题”的关键性热点。根据经济行为嵌入在社会结构的命题,因此农村集体行动必然是要嵌入到农村社会的结构之中。在农村场域中,名声效应为研究和实践的契机,并通过引入重复博弈,以寻求中国情境下农村集体行动困境的突破之道。一是在现

行农村集体行动的实践过程,农户个体与合作社或村级组织之间所能达成的合作是一种关系型契约,但此契约的不完全性使得集体行动的局限效应愈发明显,而仅依靠外部强制履约机制尚无法保障集体行动的顺利进行,重复博弈以及关联博弈所形成的名声效应是可以有效保障关系型契约的自我实现,熟人社会特征下的名声效应是实现中国语境下农村集体行动有效性的关键性要素。二是以积极手段寻求并增加个体的退出成本,力图实现个体农户与合作社组织之间的重复博弈均衡,在保证发挥名声效应作用下能够促成集体行动。三是个体农户与合作社组织之间能达成成功的关键在于成员达成可置信的名声基础,这种基础不仅依靠于道德约束,重要的是强化外部监督的有效性,这有赖于组织内部必须执行的惩罚,以使得失信惩罚能够变成可置信的威胁,关以有效手段从而激励当事人或是通过第三方实施对失信者惩罚。四是基于内化价值所形成的政治认同。成员效用的最大化不仅仅受其自身的行为、以及其他成员交互性影响的行为,而且受到组织认同与自我形象的影响。内化价值与组织认同对维持个体与组织之间的合作存续十分重要,一旦通过价值内化使得组织认同感得到增强,不仅可以消减组织成员违规的激励,而且激发合作的成员对违规成员的监督与惩罚。

事实上,尽管目前我们国家农村社会发展和其社会组织的发展处境仍不理想,但从实践来看,在内生性结构力量与嵌入性结构主体的整合作用下,有部分地区的村庄与农村组织走出了集体行动的困境,实现了个体与合作社之间的长期合作,并推动了农村社会发展。这些可观察的事实与理性选择学派的逻辑观点是相互矛盾的。因此,本研究认为,在限制成员退出而构成的重复博弈环境下,只要建立起合理的监督与惩罚机制,名声效应会对合作社成员和农民个体的机会主义行为或是搭便车行为形成有效约束,从而促成农村合作社组织以及农民个体之间的集体行动。当下的农村应当借助于国家支持“美丽乡村”建设的利好政策体系,充分挖掘并整合合作社组织、个体以及村委会等内部的力量,实现合作式的农村集体行动,防止陷入到农村集体行动的困境,最终促成农村社会的健康发展。

参考文献 References

- [1] 中国经营网. 中国城镇化 10 年 90 万个自然村销声匿迹[EB/OL]. (2013-08-09) [2017-11-22]. http://www.cb.com.cn/economy/2013_0809/1007960.html
- [2] 奥尔森. 集体行动的逻辑[M]. 陈旭译. 上海:上海三联书店, 2003
- Olsen. *The Logic of Collective Action*[M]. Chen X translated. Shanghai: The Press of Shanghai Sanlian Bookstore, 2003 (in Chinese)
- [3] Epple D, Romano R. Collective choice and voluntary provision of public goods[J]. *International Economic Review*, 2000(44): 545-572
- [4] Guttman J M. Understanding collective action: Matching behavior[J]. *American Economic Review Papers and Proceeding*, 1978(68): 251-255
- [5] Sproule M., Hart K. D. A Public-choice model of political participation[J]. *Canadian Journal of Political Science*, 1973(6): 175-194
- [6] Coleman J S. Social capital in the creation of human capital[J]. *American Journal of Sociology*, 1988, 94: 95-120
- [7] 金太军, 王军洋. 村民选举过程的家族博弈: 集体行动的视角[J]. 社会科学战线, 2011(2): 168-177
- Jin T J, Wang J Y. Family game in the process of villagers' election: From the perspective of collective action[J]. *Social Science Front*, 2011(2): 168-177 (in Chinese)
- [8] 詹国辉, 张新文. 农村水利设施整体性供给与社会资本的关联效应测度[J]. 西北农林科技大学学报: 社会科学版, 2017, 17(5): 98-103.
- Zhan G H, Zhang X W. Research on effect of holistic supply about rural water infrastructure on basis of social capital perspective[J]. *Journal of Northwest A&F University: Social Science Edition*, 2017, 17(5): 98-103 (in Chinese)
- [9] 汪伟全. 风险放大、集体行动和政策博弈: 环境类群体事件暴力抗争的演化路径研究[J]. 公共管理学报, 2015(1): 127-136
- Wang W Q. Risk amplification, collective action and policy game: A descriptive analysis about environmental groups struggle violence[J]. *Journal of Public Management*, 2015(1): 127-136 (in Chinese)
- [10] Stigler G J. Free riders and collective action: An appendix to theories of economic regulation[J]. *Bell Journal of Economics and Management Science*, 1975(5): 359-365
- [11] Tiedman T N, Tullock G. A new and superior process for making social choice[J]. *Journal of Political Economy*, 1976(84): 1145-1159
- [12] Twight C. Urban amenities, demand revelation, and the free

- rider problem; A partial solution[J]. *Public Choice*, 1993(77): 835-854
- [13] 陈潭. 集体行动的困境: 理论阐释与实证分析: 非合作博弈下的公共管理危机及其克服[J]. 中国软科学, 2003(9): 139-144
Chen T. Theoretical interpretation and empirical analysis about the dilemma of collective actions: The crisis of public administration and possibility of overcoming them under non-cooperation game[J]. *China Soft Science*, 2003(9): 139-144 (in Chinese)
- [14] 青木昌彦. 比较制度分析[M]. 上海: 上海远东出版社, 2001
Aoki C Y. *Comparative Institutional Analysis*[M]. Shanghai: Shanghai Far East Press, 2001 (in Chinese)
- [15] 郭圣莉, 全志辉. 集权与分层管理下的博弈: 集体行动的博弈模型研究[J]. 江苏社会科学, 2013(5): 20-31
Guo S L, Tong Z H. Game under the control of collective and stratified management: A game model of collective action[J]. *Jiangsu Social Science*, 2013(5): 20-31 (in Chinese)
- [16] Uetake T. Agri-environmental resource management by large-scale collective action: Determining KEY success factors[J]. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 2015, 1(4): 309-324
- [17] 奥斯特罗姆·埃莉诺. 公共事务治理之道[M]. 余逊达, 陈旭东译. 上海: 三联书店, 2000
Ostrom E. *Public Affairs Governance*[M]. Yu X D, Chen X D translated. Shanghai: The Press of Shanghai Sanlian Bookstore, 2000 (in Chinese)
- [18] Hosmer L T. Trust: The connection link between organization theory and philosophical ethical[J]. *Academy of Management Review*, 1995, 20(2): 379-403
- [19] Baumeister R F. Self-esteem, self-presentation, and future interaction: A dilemma of reputation [J]. *Journal of Personality*, 1982, 50(1): 29-45
- [20] Gioia D A, Sims H P. Perceptions of managerial power as a consequence of managerial behavior and reputation[J]. *Journal of Management*, 1983, 9(1): 7-26
- [21] Bickerton D. Corporate reputation versus corporate branding: The realist debate[J]. *Corporate Communications*, 2000, 5(1): 42-48
- [22] 王永钦. 声誉承诺与组织形成[M]. 上海: 上海人民出版社, 2005
Wang Y Q. *Reputation Commitment and Organization*[M]. Shanghai: Shanghai People's Press, 2005(in Chinese)
- [23] Feldwick P. What is brand equity anyway, and how do you measure it[J]. *Journal of the Marketing Research Society*, 1996, 38(2): 85-104

责任编辑: 王岩