

# 嵌入在社会网络中的经济

## ——以网络社会网与经济为例

林 南 孙准模 高 柏 (安真真译)

**内容提要:**本文在三个方面拓展了当前有关社会关系与经济之间嵌入性的讨论和研究。首先,本文关注经济如何被嵌入在社会关系中。不同于将社会关系放置在经济活动和组织中进行分析,本文凸显将经济嵌入其中的持续性社会关系的重要性。其次,本文进一步注意到包含持久性社会关系的宏观结构(如社会和文化制度)的意义,指出制度会表现为机会或障碍,而持久性社会关系总是在其中发挥作用。如果不将互动的个体在宏观结构中所占据的位置考虑进来,那么在理解持久性关系如何嵌入经济时,就会忽略掉重要的维度。最后,本文提出,宏观结构的制度并不总是能被预先确定(过度社会化的范式)。事实上,创造并且建构这些制度有助于持久的社会关系,这反过来又为经济活动提供了机会,本文使用在线网络社会网(如AOL和Facebook)来支持这个论断。

**关键字:**嵌入;经济社会学;社会关系;社会网络;社会制度

### 一、嵌入性:理论发展

社会科学对社会关系与经济之间的关联保持了长久的研究旨趣,“嵌入性”的概念提出者能够追溯到亚当·斯密,他曾在《国富论》以及《道德情操论》中论述过这一主题。《国富论》自1776年发表,就成为有史以来最具有影响力的著作,在过去的240年间,对经济理论的发展具有决定性影响。其中心论断是,利己主义与自我调节是驱动个体与社会的财富得以发展的动力机制。然而,18年前,即1759年,斯密的《道德情操论》重点讨论了同感与移情——个体对他人的福利产生固有的兴趣并且会关注它,这里他将道德与社会关系视为社会基础。《国富论》的论点恰好与当时英国和欧洲正在壮大的工业发展与个体创业精神相一致,因此几乎立即获得了关注和赞扬,而《道德情操论》则逐渐淡出了学术背景和政治舞台。无疑,斯密从未放弃对情感的兴趣,也关注个体作为“公正观众”(impartial spectator)的能力的重要性,同时保持了对移情(即从他人的视角来考虑)的兴趣。他认为这种能力使个体能够调节利己主义(Smith, 2002: Introduction),

**作者简介:**林南,杜克大学社会学教授,主要研究方向为社会网络与社会资本、社会分层与流动以及中国社会;孙准模(Son Joon-mo),新加坡国立大学社会学副教授,主要研究方向为社会资本、健康、经济社会学、社会分层等;高柏,杜克大学社会学教授,主要研究方向为经济社会学、比较历史社会学、组织理论、比较政治经济学和国际政治经济学。

**译者简介:**安真真,中国人民大学社会学理论与方法研究中心博士研究生。

本文来自林南教授于2017年11月在“网络社会变迁国际学术研讨会”上的主题发言。本文的翻译出版获得了林南教授的授权。

事实上,斯密将情感与利己主义都看作指导人们行为的与生俱来的“看不见的手”(Smith, 1776, 2002)。然而,尽管《国富论》获得了学术与政治关注,斯密对于同时存在的嵌入性——经济行为与社会行为的看不见的手如何互动以及如何相互影响——所做出的潜在贡献,却被忽视了。

直到大约160年后,也就是1944年,卡尔·波兰尼在《大转型》中重提这个话题,嵌入性问题才再次出现。波兰尼(Polanyi)广泛分析了英国在19世纪与20世纪上半叶的工业发展,他从土地、劳动力(人)和金钱三个关键要素的角度,描述了经济和社会的转型(1944:第6章)。在前工业社会,人类依附于土地,经济活动同时也是社会活动的一部分:“通常,人类经济湮没在社会关系之中。人们不会为了占有属于物质财产的个人利益而采取行动;行动则是为了维护个人社会地位、社会声望和社会资产。只有当物质利益适合这个目标的范围,人们才重视它们。”(1944:48)

波兰尼认为,随着市场在工业革命中的出现,学者、政治家和商人建构了一个“虚构”的和“乌托邦”的社会,这个社会将市场看作自我调节的系统,而劳动力、土地和金钱则变成了在市场中交易的商品。而本来总是与市场相伴随的“法规”(regulations)(1944:71,第6章)则被视为市场与发展的障碍。“工业——劳动、土地和金钱——成了商品,工厂体系要求出售工业要素……土地、劳动力和金钱为出售而进行生产的谎言却成为社会的组织化原则……凸显出来一种要素:劳动力——而在过去这个技术术语被用于人类……人类社会成为经济系统的附属品。”(1944:79)

波兰尼认为,两次反向运动竭力减弱市场社会虚构的和“自我破坏性的机制”——即相对于劳动力、土地和金钱的法规与制约市场的行动(1944:79)。他简要叙述了19世纪重新引入社会的学术努力(1944:第9章,第10章),然后著作中的大部分内容都致力于叙述从1795年以来,尤其是在19世纪和20世纪上半叶的各种管制运动。

波兰尼为什么没有像详述法规与政治发展一样,将社会复兴看作市场社会的反抗手段进行详细说明,理解这一点并不困难。在波兰尼写作的时候,民主力量与共产主义在与法西斯政权的艰巨斗争中获胜,他似乎对管制的反向运动和新兴的政府形式给予了更多希望。他简要解释了从20世纪40年代以来法西斯主义失败的原因,以及社会主义和民主主义为何能够成为替代性的调节管理体制(1944:第20章,第21章)。

尽管如此,在关于经济和社会的关系上,波兰尼确实留下了一些重要见解。他认为,工业化扭转了局面。社会活动成为市场的附属品,“不是经济被嵌入在社会关系中,而是社会关系嵌入在经济系统中”(1944:60)(本文作者强调)。这里波兰尼提出嵌入性被转变了。在市场社会之前,经济扎根于社会关系中,而在转变到市场社会之后,社会关系则嵌入在经济中。

对我们来说,斯密和波兰尼对社会关系与经济之间可能的关系——嵌入性论题——的初步发展做出了贡献。不幸的是,直到20世纪40年代中期,关于这个话题的学术讨论都不完整。斯密并没有将情感和利己主义这两个主题纳入到一个理论系统内。<sup>①</sup>波兰尼清晰地确定了嵌入性论点,然而,他构想了“大转型”背景下的模式,认为这种转变破坏了经济根植于社会关系的“传统”理解,将其“转化”为嵌入在经济中的社会关系。同时,他并没有说明这种趋势是否可以扭转。

正是格兰诺维特(Granovetter)在1985年意识到并极大地推动了该主题的发展。尽管他没有引用斯密

<sup>①</sup> 据报道,斯密在去世前,有未完成的手稿遭到了破坏。因此,我们不得不推测他是否曾试图发展出第三本著作,以将情感、利己主义加入其中。如果这样的话,那么他是否对其作品并不满意,或者并不想选择《国富论》作为最高的学术遗产。

的《道德情操论》,而且只是简单地提到波兰尼,但他把嵌入性问题作为理解经济与社会关系之间联系的核心主题。他明确指出,经济嵌入到社会关系中,纠正了认为嵌入性只发生在前市场社会的误解(1985:482)。他主要批判了经济学家关于经济生活的过度社会化和低度社会化的观点,强有力地指出,现实市场没有一个是完美的,利己主义的立场不可避免地受到社会关系等因素的制约(1985,2005)。他显然赞同波兰尼的观点,也认为“纯粹的”市场体系和市场社会是虚假的和乌托邦的——这是一个没有现实和实证分析支持的理论调和物。

格兰诺维特的主要目的是批判新古典经济学所持的经济生活的原子化概念,论证了社会关系和社会网络在经济生活中的重要性。因此,他主要关注的是社会关系和社会网络如何调节、缓解或改变经济学原子化的利己形象——这是对经济学中低度社会化观点的强有力的修正(1985,2005)。对他而言,经济过度社会化的观点涉及社会机构和组织的规范和价值观(如新制度理论),表明了一种内化的社会规则,并使其与利己主义的功利主义规则保持一致(1985:485)。因此,这种利己主义的观点没有受到质疑。他更倾向于关注具体的社会关系,这些社会关系在不同情况下发生变化,并影响到原子化行为的利己主义和自我调节的框架;他也说明了社会关系的中观结构因素将如何改变经济的微观结构观。

作为其选择焦点的结果,格兰诺维特的工作已引导了嵌入性研究的某些探索 and 理论方向。其中一个重要的方向是,随后的嵌入性研究传统,即新经济社会学,一直沿袭他的研究重点,主要考察了经济活动和组织中的社会关系,很少关注经济以外的社会关系的基本原则。一个不幸的结果是,嵌入性本身以某种方式被放在“经济学中内嵌的社会关系”的框架内得以理解。这不是格兰诺维特在嵌入性的解释中所要表达的;很明显,他用嵌入性来指经济行动必须被看作嵌入在社会关系持续的社会结构中(1985:481)。这表明,经济实际上嵌入到持续的社会关系中。综合的嵌入性理论和研究必须超越单独对经济活动和组织的社会关系的分析。这意味着持续的社会关系可能导致经济活动和组织。不幸的是,主流的新经济社会学文献基本上忽略了这一观点。

在嵌入性范式中,新经济社会学的研究传统所缺乏的第二个领域,是没有关注持续社会关系的社会结构基础。宏观结构不仅包含规范和价值观,更重要的是社会和文化制度,如家庭、种族、宗教和社区的位置。这些制度既定义和约束了持续社会关系的机会;同样地,社会关系的强有力原则,在很大程度上与这些制度对社会关系的影响有关。如果不考虑到结构和制度背景,那么经济活动中的社会关系仅仅只有关系(网络)形式而没有实质,或者只有强加在经济组织之上的东西(如组织位置、代理-原则关系,等等)。事实上,行动者不可避免地共享的社会和文化制度中发展和维持关系。这些共享的“结构性”要素为持久的社会关系提供了机会和(或)障碍,但它们并没有解释或决定持久的社会关系。因此,我们对嵌入性的分析也必须包含更高层次的嵌入性;也就是说,嵌入性涉及在宏观结构中植入社会关系。反过来,嵌入在持久的社会关系中的经济也直接或间接地嵌入到更大的社会结构中。

最后,我们希望指出,这种宏观结构的制度不一定是“给定”或“结构”的。可以理解的是,这样的制度可能会被建构,它们提供了持续的社会关系得以发生的机会和位置。已建构的社会制度不是取代既定的制度机会,而是允许社会关系以有效、及时和灵活的方式得以发生。由于持续的社会关系在这样的环境中蓬勃发展,这也为经济活动的发展和繁荣提供了机会。

因此,本文的贡献在三个方面:(1)证明持续性社会关系如何嵌入到宏观社会结构中;(2)表明社会结构和社会关系如何共同影响经济活动;(3)阐明如何创建制度以适应和促进社会关系,并如何通过网络社

会网(在线社交网络)和在线世界中的经济来产生经济活动并且从中得益。

## 二、宏观社会结构、社会关系与经济活动

如果认为宏观结构只包含规范和价值观,那么就会将其简单看作在结构中所有行动者所遵循的普遍化和内在化的规则。这些价值观和规范的具体特性(解释了交易成本和制度的存在)仅仅阐述了“理性的”或者自利性动机,但没有怀疑它们(如新制度主义经济学,见 Granovetter, 1985:482)。然而,宏观结构不只是规范和价值观,还包括了社会与文化制度,例如家庭、种族、宗教、性别,等等。同质性(homophily)概念捕捉到了这些制度如何与社会关系密切联系。

默顿(Merton, 1954)确定了社会关系的社会基础的主要原则——同质性。他认为,同质性是“某些具有相似性的特定方面形成友谊的倾向性”,并提到价值观和地位是可能发生同质性的“方面”。在一项对两个住宅社区的研究中,他和拉扎斯菲尔德发现,朋友们倾向于拥有相似的种族态度:当具有相似态度时,友情更为紧密;反之,则会彼此疏离。同质性已经成为研究社会关系的形成和动态变化的主要范式。

麦克弗森(McPherson)、史密斯-罗文(Smith-Lovin)和库克(Cook)系统回顾了主要在北美展开的关于同质性的研究,他们发现,“种族与民族的同质性在调查对象之间产生了最大分歧,其次分别是年龄、宗教、教育、职业和性别”(2001:415)。其他特点——如地理邻近性、家庭、组织以及在社会系统中的同构地位——也有可能形成同质关系。因此,这些证据有力地证明了社会人口因素在很大程度上促进了社会关系的形成和变化,而包括组织在内的其他因素(可能包括经济组织)同样可能成为促成因素。

在不同的文化和社会中,同质性的运作有所差异。有关华人社区的大量研究清楚地表明,家族和亲族构成了社会关系的内核(Ao, 2014; Hsung & Breiger, 2014; Bian, 2001; Fu, 2008; Bian, 1994, 1995, 1997, 2008, 2017; Bian & Ikeda, 2016; Lai, 2008)。此外,中国人没有被结构所束缚,而是在“关系”建构中拉近社会距离以建立拟家庭(pseudo-families)。通过超越人口学和地位范畴,同质性得以建构(Lin, 1989, 2017)。例如,在对社会饮食的分析中,边燕杰(2001)报告说,65%的饮食伙伴是亲属(19%)和拟家庭<sup>①</sup>(45%)的成员。在饮食伙伴的案例中,“拉关系”超越了社会阶级、职业和工作单位。在等待未来综合性工作之际,我们可以暂时推断,同质性在西方与华人社区的运用中存在两个重要差异:(1)在中国的核心同质关系中,家庭与亲属占据中心地位;(2)中国人对于同质性关系的运用具有灵活性和创造性。

直到今天,种族在社会关系和网络中仍具有重要意义。许多种族群体在网络内部开展经济活动。东南亚的华人企业众所周知,并且继续蓬勃发展(Liu, 2012; Rauch & Triandade, 2002)。北美的民族企业家和“飞地经济”(Zou, 2004; Zhou & Lin, 2005; Light & Rosenstein, 1995)记载了美国城市中的种族,特别是亚洲的企业家精神。一些研究(Min & Jaret, 1985; Min, 1987, 1988, 1996, 2008; Yoo, 2000)已经表明了韩国移民如何在美国建立“民族企业”。当然,这样的网络也有其黑暗面。例如,拉加万(Raghavan, 2013)证明了印裔美国精英如何利用华尔街和硅谷的种族关系进行内部交易。这些种族关系超越国界,随着人员和资源流向国际网络,从中国、韩国、印度等发展中国家的崛起中得益。然而,社会关系形成和变化的一般原则仍然是通用的:宏观结构和制度是主要因素。在分析社会关系时,如果不了解和考虑其宏观结构基

<sup>①</sup> 这些包括家庭、村民、同学、战友、老师、学生或者学徒、邻居及朋友。



础,那么理解社会关系嵌入经济的方式,就会忽略其中的重要组成部分。

宏观结构对社会关系的意义在历史和地点上都很明显,这在一些文献中有所阐述。格雷夫(Greif, 1989)证明了在11世纪,犹太人的马格里布(Maghribi)部落在欧洲与北非之间进行贸易,他提及几个特点:第一,他们更愿意在自己人之间互相交易,甚至当有机会与基督徒和穆斯林人进行获得最大利益的贸易时依然如此。第二,商人履行多重角色,依情境来确定是商人或者是代理人(中介)。第三,几乎从不或者很少制定书面合同。长期的持续性关系、正直感、荣誉感和忠诚感超越了正式的合同要求。<sup>①</sup>第四,关系被纳入了部落居民和家庭之间的贸易和互动,并且超越贸易而得以维持。“马格里布商人的社会结构为其提供了初始的信息传播机制,而这对于经济制度的出现是必须的”(1993:539)。格雷夫(2005)声称,通过关注信仰、规范和组织,他的工作成为经济学中制度分析的“社会学转向”的一部分,他称之为“制度规则框架”。<sup>②</sup>同样,热那亚商人以其贸易网络而闻名,在11世纪—18世纪期间,他们的贸易网络带来了横跨欧亚的地中海经济的增长。

“丝绸之路”起于东汉(公元前200年—公元200年),在唐朝(7世纪—9世纪)和宋朝(10世纪—13世纪)达到鼎盛,它连接了东方的中国与中东和欧洲的部分地区,坚持依靠不同的民族群体作为这个网络的传播群体。作为一个民族部落,古索格代亚纳人(Sogdians)与其他的穆斯林人一样,因在唐代丝绸之路中拥有广泛的跨民族网络而文明。(汉朝的)中国贸易商在这一时期也活跃于丝绸之路、东南亚以及印度洋。到明代,中国商人已经拓展到了非洲西海岸。郑和将军(1405年—1433年)的传奇远征将中国的舰队和贸易商带到了东南亚、南亚和其他地区。尽管明代后期,官方禁止了海外旅行,但中国人和海外侨乡仍保持着广泛的迁移和贸易往来。海外华人与其家乡、家人之间的联系允许其补充海外社区作为族裔间的贸易站。这些社区很多都幸存下来,并继续积极与中国大陆开展贸易往来,特别是与家乡和本省的同胞。

在西方历史上,家庭也是主要的经济力量。帕吉特(Padgett)及其同事对15世纪佛罗伦萨美第奇(Medici)家族的出现进行了广泛的文献分析(Padgett & Ansell, 1993; Padgett, 2001)。通过家庭、婚姻和经济合作关系,美第奇家族经过几代人的努力,创建了一个能够控制政治、经济和宗教领域的强大政权。在这个家族控制的社会系统中,经济是不可或缺的一部分,但只是其中的一部分。

这个简短的回顾足以说明:不考虑宏观结构的制度,嵌入性只是一个关于经济为什么以及如何嵌入社会关系的不完整的概念。正是这些社会制度发展和维持了社会关系,使它们在包括经济学在内的许多活动中稳步运行。

总而言之,我们认为,不像当前主流的研究文献所定义的嵌入性那样,不是社会网络嵌入在经济中,而是经济嵌入到社会网络中,这具有重大意义,因为社会网络或持续的社会关系在很大程度上嵌入在宏观结构(如社会和文化制度)中。在这个框架中,我们把持续的社会关系想象成常流的江河或海洋,游轮(即经

① 关于马格里布商人和其他欧洲中世纪商人之间的雇佣与合同的重要性,格雷夫(Greif, 2008, 2012)与爱德华和奥格雷(Edwards & Ogilvie, 2008, 2009, 2012)之间存在一系列的争论。格雷夫坚持认为,尽管马格里布商人使用合同,但是合同对他们来说,相对没有那么重要。

② 应当注意到,格雷夫将联合看作一种经济制度(Greif 1993:544)。然而,基于文本中列举的原因,我们更倾向于将其看作一种社会制度。同样地,他明确将制度界定为“联合产生行为规律性的社会因素的系统……制度是规则、信念、规范以及组织的系统,它们联合起来产生了(社会)行为的规律性”(2006:30)。

济)在上面航行。分析游轮的组织 and 活动似乎是独立而不受其他因素影响的,但事实上,必须在适当的通道内沿着江河或者海洋来驾驶和操纵游轮,避开可能的水下障碍和不断变化的天气,才能避免灾难袭击。

此外,我们认为,制度可以被建构以适应持续的社会关系。也就是说,创建的制度可以为持续的社会关系补充“自然地”结构化的制度。本文接下来重点讨论以下主题:如何创建制度以便在经济可能发生的在线世界中适应社会关系。有两个方面很重要:(1)在很大程度上,社会关系引起和维持了在线经济;(2)这些社会关系在建构的社会制度中繁荣发展。

### 三、互联网的兴起与发展

在仅仅20年内,网络空间以革命式的速度发展。尽管商业和贸易在这个领域蓬勃发展,但同样令人震惊的现象是以电子邮件、聊天室、即时消息以及网络社会网网站(主要用于社交关系和社交网络的网站)为形式的参与式交流已经成为网络空间的主导活动。我们将网络社会网定义为网络空间中的社交网络(Lin, 2001)。自产生以来,全球邮箱数量稳步增长,1982年达到100万,1990年达到1000万,1995年达到1亿,1999年年底达到5.69亿。到2017年,电子邮箱账户的数量达到32亿,全球的电子邮件用户为37亿(Radicatti Group, 2017)。

由于网络空间“硬件”的发展,网络社会网不断壮大。到2016年,互联网已经深入世界各地。根据国际电信协会(International Telecommunications Union)的数据,全世界近一半(47%)的人口使用互联网,其中发达国家占81%,而发展中国家占40%;大约一半用户使用英语(27%)或中文(25%)。美国的抽样调查(佩尤研究)显示,2016年88%的调查对象使用互联网。大约3/4的调查对象(73%)使用家庭宽带服务,比2000年增长约1%。

同样地,智能手机从2010年开始渗透到美国和世界其他地区。到2016年,3/4的美国人(77%)拥有智能手机:年轻人的使用率几乎达到了饱和状态(18岁—44岁的用户使用率达到了96%或更高),甚至65岁以上的老年人的使用率也快速增长(68%)。有趣的是,仅仅12%的人只使用一个智能手机。这显示了美国与世界其他国家,特别是与发展中国家之间的巨大差异。

到2012年为止,全世界有近10亿个互联网主机(互联网系统联盟, Internet Systems Consortium),但大量用户所使用的只是其中的一小部分。2016年,接近7/10的美国人(73%)使用了社交媒体——以网络社会网为特征的网站。大约3/4的美国人使用脸书(Facebook),另有68%使用“飞书信”(Facebook Messenger)。相比之下,58%的人口使用YouTube,45%使用谷歌邮箱和电子邮件,39%使用Instagram(一款图片分享应用)。

### 四、作为资本的网络社会网

相对而言,用户在互联网上花费了大量时间进行社交,而不是经济活动。就受欢迎程度来说,社会网类的网站,诸如脸书、视频网站(YouTube)、维基百科和推特(Twitter),正在赶上以经济生产和消费为具体目的的网站,如谷歌、雅虎、亚马逊。

如果互联网上的大部分活动是由社会互动、社会纽带和社交网络所组成,那么这些持续的、具体的社会关系会带来怎样的经济后果? 我们应该假设,公司设法迎合聊天室、即时消息、电子邮件、社交互动以及

社交网络的需要,其目的是期待获得经济回报。因此,这些公司将社会关系和社交网络作为生产过程中的资本进行投资。实际上,投资社会关系可能构成核心生产本身。生产的目的是培养和支持这些社会关系,那么企业如何从生产中获得经济回报呢?一种方法是从广告和赞助获取收益。通过允许其他经济实体在横幅广告中宣传其产品和服务,确定赞助和其他形式的广告(如插页式广告、中断网页浏览而不发出警告的广告)为页面或通信应用的一部分,它给供应商提供机会以取得数以百万计潜在客户的数据,这与电视、杂志和报纸等传统媒体有所不同。

然而,新技术提供了一定的优势。类似于印刷媒体、但与电视不同,新技术能够横贯页面,用冗杂的价值观(多重曝光)渗透这些广告。不同于杂志或报纸,每页上的信息都可以轻松修改,从而提供更新的刺激和不同的感觉,以吸引用户的注意力。此外,新技术使冲浪者可以360度全方位查看广告客户的产品,甚至允许用户实时操作3D物体。更进一步地,广告的客制化布置(customized placement of ads)能够被用来针对特定的网络社会网及其参与者。个性化的和群体的概况对客制化布置也是可行的(Green & Elgin, 2001)。

这些潜在的好处是否有实际的回报?根据互联网广告署(Internet Advertising Bureau)的数据,数字广告的收入从1999年(20亿美元)到2017年(210亿美元),增长了十倍。

持续而具体的社会关系和社会网络作为主要的努力而形成和持续下去,成为经济活动的基础。也就是说,经济活动是嵌入在社会关系中的。因此,这种范式在概念上应该是有效的。我们现在考察2001年第一个流行的互联网服务提供商——AOL(美国在线服务公司),因为它是第一个创新的网络社会网网站,我们关注了它的发展和兴衰。

1996—2007年数字收入的季度增长趋势(\$十亿)

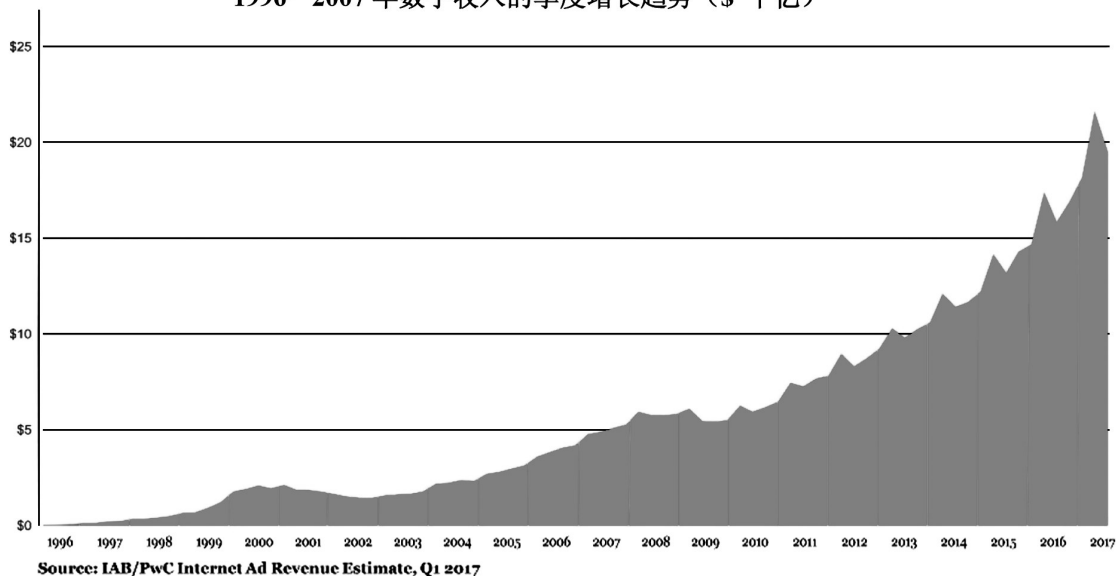


图1 数字收入的增长

## 五、AOL:先获得社会资本,再产生经济回报

美国在线服务公司(America Online)的起源可以追溯到比尔·冯·梅斯特(Bill Von Meister)于1982年设立的“控制视频公司”(Control Video Corporation, CVC),他的目标是构建一个可以下载视频游戏的单

位——GameLine (Swisher, 1999)。一年后,一位投资者丹·凯斯 (Dan Case) 的弟弟斯蒂芬·凯斯 (Steve Case) 加入公司。不久之后,随着全国电子游戏热潮的消退,CVC 迅速陷入债务危机。1985年,CVC 演变为 Quantum Computer Services,由吉姆·肯西 (Jim Kimsey)、斯蒂芬·凯斯和马克·赛瑞福 (Marc Seriff) 经营,向 Commodore 用户提供 Q-Link 软件,用于访问新闻、肥皂剧和游戏。它还提供了参与者可以聊天的“People-Connection” (Swisher, 1999)。随着微软和苹果操作系统取代了 Commodore 电脑,Quantum 试图与苹果电脑 (即 Apple Link 软件) 建立联系。由于这种关系产生的业务不够,该公司在 1989 年中断了与苹果公司的专属关系,同年成为美国在线服务公司 (AOL),向微软、苹果和 IBM 操作系统同时提供游戏、电子邮件、聊天、新闻、论坛、旅行和其他信息的在线服务 (Swisher, 1999)。多年来,AOL 与 CompuServe (由 H & R Block 赞助)、Prodigy (由 Sears 和 IBM 赞助) 竞争,提供类似的服务。AOL 坚持收取会员费,1989 年从 11 万个客户开始,然后增加到 15 万个,然后于 1992 年上市 (Swisher, 1999)。1992 年 10 月,成员数量缓慢增长到 20 万人,1993 年达到 25 万人。相比之下,CompuServe 公司和 Prodigy 公司分别在 1989 年和 1993 年就宣称拥有 50 万会员 (Swisher, 1999)。

值得注意的是,尽管 AOL 在互联网服务供应商 (ISP) 中居于第三,位于 CompuServe 和 Prodigy 之后,但它们在三种服务之间存在一些重大差异。CompuServe 主要提供金融和技术信息,迎合中年男性客户;Prodigy 专注于零售业和购物。在开始阶段,斯蒂芬·凯斯选择了坚持不懈地将 AOL 聚焦社区和沟通 (Swisher, 1999),它为人们提供了一个平台,使其可以找到有共同兴趣的人,并且提供了形成组织的机会。

最重要的是,AOL 允许会员使用虚假账户名,在完全秘密的情况下发送电子邮件和参与聊天室。以假名和假身份隐蔽地与他人进行交流的机会,提供了言论自由和不受约束的社区,这些在其他主要服务上都不可能实现。尽管早在 2000 年年初,斯蒂芬·凯斯就声称,在 AOL 的聊天室或交流中,只有“不到一半”是以性为导向的;但许多互动都以性为导向 (Turkle, 1995),这已经不是什么秘密了。截至 2000 年年初,估计 AOL 中有 20% 的用户是同性恋;在 AOL 的 Town Square 区域,前 200 个聊天室中有 140 个被标记为 M4M (Tyrangiel, 2000)。

至今,这些功能 (信息、交流、商业) 和娱乐 (游戏、音乐、电影等) 仍然是大多数互联网公司提供的主要活动。

然而,AOL 的会员增长缓慢。事实上,随着万维网 (World Wide Web) 的发展,免费聊天和信息网站开始在互联网上出现,有人怀疑建立在受限的内容和交流之上的公司,在与低成本 (或免费) 的互联网服务提供商 (ISPs) 和众多免费网站的综合力量的竞争中,是否能够存活下来。AOL 深信自己拥有必要的服务 (社区和沟通) 和版式 (一体化程序包中拥有完全的隐私和自由),力图进入大众市场。1993 年 7 月,AOL 通过直接邮寄招募新成员,从流行电脑杂志购买名单,向数百万家庭免费发放软盘和光盘驱动器 (Swisher, 1999)。这一努力获得了 10% 的应答率。很快,AOL 将这一活动扩大到更大的且不同的领域,例如在麦片盒子上、在足球比赛中、附在杂志上,等等,从而进入到更多家庭中。最后,1997 年—1998 年期间的“地毯式轰炸”运动发放了 2.5 亿个免费磁盘 (Swisher, 1999)。1994 年的会员人数上升到 100 万人 (Swisher, 1999),1995 年达到 200 万人 (Swisher, 1999)。1996 年,AOL 实施即时通信,允许其成员看到他们的哪个 (些) “好友”也在线,并与这些成员进行即时信息交流。同年 12 月,为回应新的竞争对手——微软 MSN 之前所实施的无限制访问策略,AOL 放弃了小时收费。1996 年会员增至 600 万人 (Swisher, 1999),并于 1997 年收购竞争对手 CompuServe,会员人数达到 800 万人 (Swisher, 1999)。1998 年,在将即时通讯扩展到非会



员的一年后,AOL收购了当时全球第二大最受欢迎的即时通讯(IM)平台——网络呼叫器(ICQ)和全球最受欢迎的网络浏览器——美国网景公司(Netscape)。AOL的会员增至1500万人(Swisher, 1999)。到2000年年中,其成员达到了2300万人。

AOL的经济策略是什么?在1992年上市后,其专业目标就是为股东赚钱。然而,最初几年依靠两个收入来源:会员费和股票估价;广告收入微不足道。例如,1993年的会费几乎占总收入的3/4(72.4%)。随着会员招募活动从1994年到1996年加速增长,会费的贡献分别上升到85.1%、87.3%和90.7%(见图2)。一旦会员市场的临界规模和主导地位几近实现,AOL就把注意力转向广告和其他收入。1995年,它聘请了MTV的前任DJ、程序员以及创始人之一的鲍勃·皮特曼(Bob Pittman)为营销人员。凭借人脉和魅力,皮特曼很快签订了一些重要的广告合同。1996年,AOL非会员费的收入从1995年的4900万美元猛增至1.02亿美元以上,在1997年增长了三倍多(3.08亿美元),1999年达到10亿美元。2000年7月报告最后一个季度收入为6.09亿美元,预计2000年的年收入将接近25亿美元。在本季度内,广告收入占总收入的39%,这样会员收入减少到了61%。AOL对社会资本的投资和经济回报的序列如图2所示(所有收入数据均来自AOL在1997年、1998年和1999年的年度报告)。

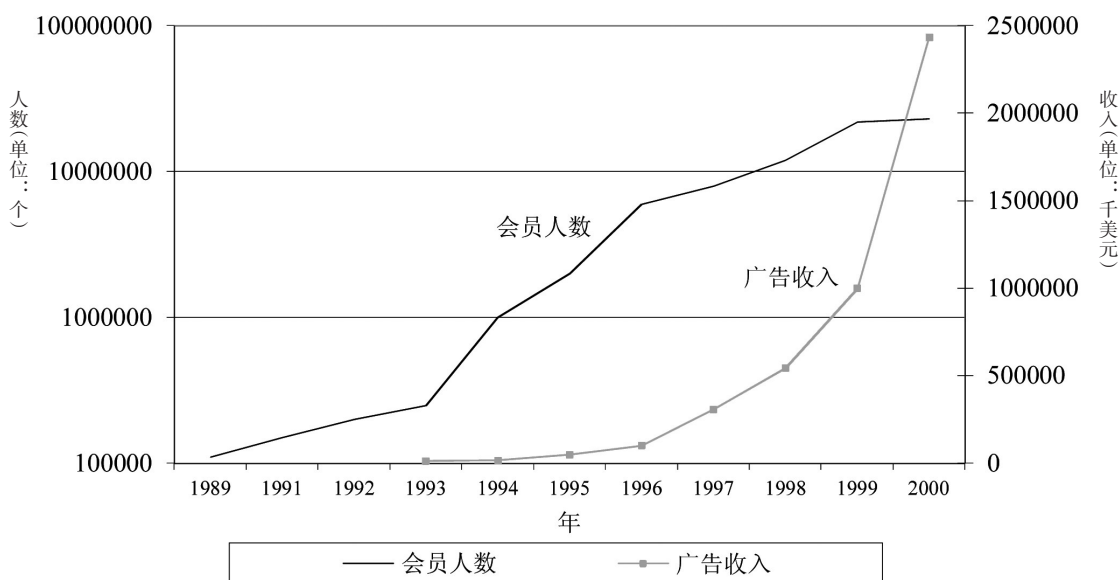


图2 AOL会员人数与广告收入

很明显,AOL的主要目标是增加网络社会网,在早期阶段几乎完全是通过订阅积累资金,然后通过广告销售额转移到这些网络的资本化。AOL的竞争对手在打破AOL专属控制网络社会网的障碍时所使用的资源,展现了其网络社会网的价值。AOL的两个即时通讯平台(AIM和ICQ)在全球拥有超过1.4亿的用户,占即时通讯用户群的90%以上(Tanaka, 1999)。为了利用这个宝贵的资源,微软在1999年7月推出了自己的即时通讯应用——MSN Messenger,它包含一个特殊程序,使其能够接进AOL的即时消息系统,并与AIM和ICQ用户建立连接。AOL将这种试图访问其会员网络的行为视为盗窃,昼夜不停地努力整理所有资源,重新编写IM系统上的软件控制信息。在24小时内,AOL使MSN Explorer与AOL系统不兼容。微软做出回应,发布了一个新版本的MSN Messenger,以对抗AOL代码的新变化。AOL在几个小时内做出回应,再次重组IM系统,封锁微软IM应用程序的访问。这个来回持续了一个多星期,然后微软终于退步,

AOL将花费一切必要的资源来阻止对网络社会网的访问(Hansell, 1999)。通过创建、培育和保护其网络社会网的战略,AOL获得了成功,成为全球最大的互联网公司。截至2001年2月,美国人每个月的上网时间中,有1/3是在AOL时代华纳公司(Time Warner Inc.)上度过(Walker, 2001)。根据Jupiter Media Metrix发布的报告,其“即时通讯和电子邮件服务……远远超过了竞争对手,占据了在线花费时间的一半”。

可惜的是,AOL的衰落与其崛起一样惊人。2000年以来宽带业务迅速兴起,取代了使用电话连接的需要。其他网络化网站(networking sites)已出现,特别是MySpace和Facebook。AOL继续与电话公司合作,分享会员费用;然而其他网站免费提供服务。电话连接速度慢、成本高。AOL继续从会员获利,与电话公司打交道,并收取了多年的广告费,与此同时会员数量却持续下降。高峰时期会员数量达2500多万人,但下降速度从2006年(1700万人)接着加快,到2009年仅剩下了约600万人。2009年,AOL剔除了时代华纳,并于2015年被Verizon收购(据报导价格为44亿美元)。图3描述了会员数量的下降趋势。

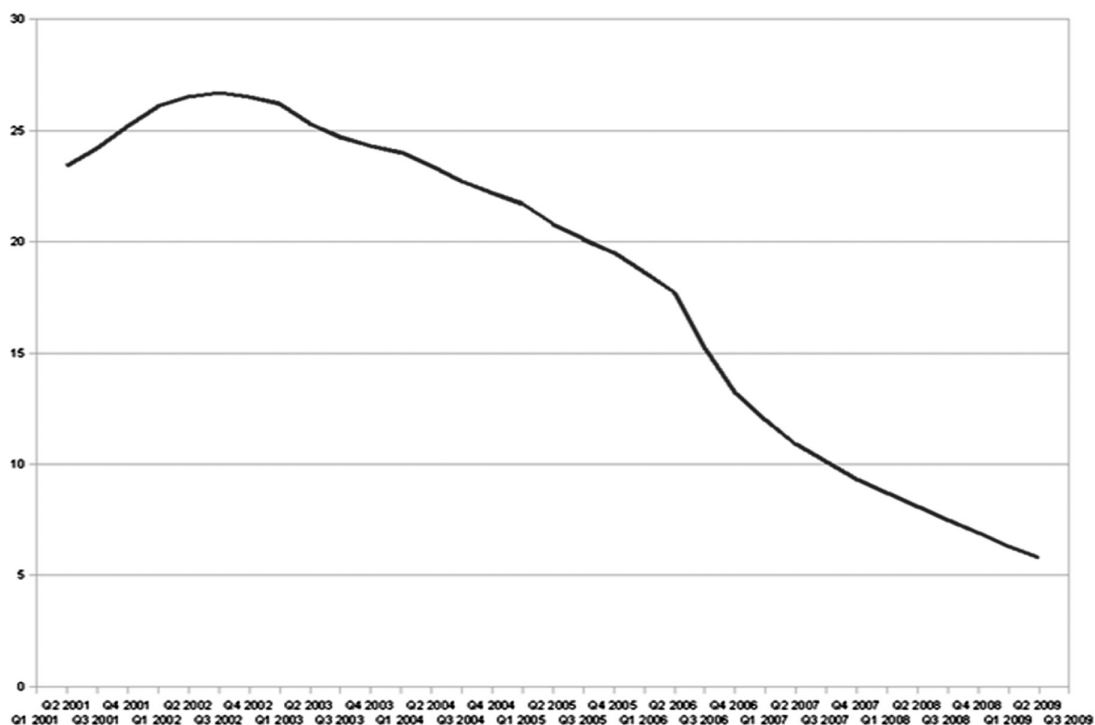


图3 美国AOL订阅人数(百万)

很快,一个新网站——“我的空间”(MySpace)——取代AOL,成为最受欢迎的网络社会网网站。该公司由eUniverse公司的员工布拉德·格林斯潘(Brad Greenspan)、克里斯·德沃夫(Chris DeWolfe)、乔希·伯曼(Josh Berman)和汤姆·安德森(Tom Anderson)于2003年创建;到2004年,该公司已经从eUniverse员工的文件存储服务转变为带有“myspace.com”标志的社交网站(Wikipedia, MySpace)——一个为朋友而存在的地方(a place for friends)。它很快在青少年和成人社交群体中流行起来。2005年2月,首席执行官德沃夫拒绝了马克·扎克伯格(Mark Zuckerberg)以7500万美元进行收购的意图。

2005年,鲁珀特·默多克(Rupert Murdoch)的新闻集团(News Corp)以5.8亿美元收购MySpace。到2007年年底和2008年,MySpace被认为是领先的社交网站,在通信量上持续击败主要竞争对手Facebook,因为后者在此时主要针对大学生。然而,随着Facebook的用户群超过大学生和学生群体,并且继续改善

其社交网络功能, MySpace 却逐渐变成一个混乱、多变的网站, 面临无法遏制故意破坏行为、网络欺诈、恶意软件和垃圾邮件的局面, 用户的“房间”不断被滥用和抹黑。MySpace 试图重建娱乐和音乐网站, 停止建设网络特性与功能。不久之后, 2008 年 4 月, 在用户排名上, Facebook 超过 MySpace (Alexa), 接着 MySpace 的会员数目继续下降。例如, 2011 年 1 月至 2 月, 用户从 9500 万人下降到 6300 万人 (维基百科, MySpace)。最终, 新闻集团在 2011 年 (据报道) 以 3500 万美元将 MySpace 出售给 Specific Media。据报道, 默多克曾说, 收购 MySpace 是一个“巨大的错误”。MySpace 和 Specific Media 现在归 Time Inc. 所有, 与网络社会网不再有关系。

## 六、“脸书”的崛起与支配地位

2003 年, 哈佛大学二年级学生马克·扎克伯格写了一个名为“Facemash”的程序, 编辑了 9 所校园的在线“脸书”, 并在线发布了这个程序, 以便用户选择“更热门”的人。这个程序在 4 小时内吸引了 450 名访客, 照片也被查看了 2.2 万次。该网站很快列入其他常春藤盟校, 到 2004 年囊括了大多数其他学校。2004 年 6 月 Facebook 搬到加利福尼亚州的帕洛阿尔托, 并获得初始投资。2006 年 9 月, Facebook 开放给 13 岁以上、拥有有效电子邮箱的任何人。2004 年 10 月用户数量仅为 100 万人, 而 2011 年则超过 7.5 亿人。到 2012 年 10 月, 每月活跃用户数量超过 10 亿人。截至 2017 年 6 月, 声称每月有 20 亿的活跃用户。

由于以下几个原因, Facebook 迅速超越 MySpace 成为最受欢迎的网络社会网网站。首先, Facebook 需要实名认证 (电子邮件地址), 而 MySpace 则没有。结果, MySpace 被使用假名字的人滥用。其次, 尽管 Facebook 和 MySpace 都允许所有参与者在公开场合显示他们的昵称和个人资料, 但 Facebook 创建了一个隐私系统, 以便参与者可以决定允许哪些人访问更详细的信息、照片、消息等。参与者在任何时候都可能被邀请加入名单 (订阅) 或者被从其中排除。此外, 附加控制允许参与者按照访问权限的程度对朋友进行分类, 从完全访问 (公开发布) 到部分访问。因此, 参与者可以完全控制超出其个人档案的访问权限。2009 年实施的一个增强功能——“点赞按钮” (liking button), 受到了热烈欢迎。作为定量计量表的情感表达, “点赞”鼓励参与者之间建构和分享信息。根据 Facebook 2010 年的数据, 有一半会员每天平均使用该网站达 34 分钟。

该网站在 2006 年上市, 会员数量经历了指数式增长, 但直到 2012 年 2 月, 公司才进行首次公开募股 (IPO)。因此, 六七年以来, 马克·扎克伯格和他的同事集中发展与改善网站的网络社会网功能, 不断获得参与者的反馈, 修改和增加功能以提高会员参与度, 促进他们邀请朋友加入, 并形成持续的网络。例如, 在 2014 年, Facebook 以 190 亿美元收购了 WhatsApp, 后者是一个流行的个人实时消息传送网络, 允许数百万用户通过传递消息与家人和朋友保持联系, 特别是在手机等移动设备上。因此, 用户频繁访问, 在网站上花费更长时间与朋友聊天。

在最初的一段时间里, Facebook 自信地依靠横幅广告以及个人投资和机构投资, 如 PayPal 的联合创始人皮特·蒂尔 (Peter Thiel)、阿塞尔·帕特奈 (Accel Partners)、吉姆·布雷耶 (Jim Breyer) 和微软。最初所产生的收入无法平衡支出, 但首先建立社交网络、再期待广告效果的策略一直都非常成功。其收入从 2011 年的 7.31 亿美元增长到 2012 年的 10 亿多美元, 而到 2013 年达到了 15 亿美元。

2012 年首次公开发行之后, 被压抑的股票热情呈现以下趋势: 股票价格从 2013 年的 37 美元上涨到

2014年的62美元,2015年增至80美元,2016年约为100美元,2017年8月超过了160美元。收入齐头并进,2014年增长到25亿,2015年增长到35亿,2016年增长到64亿,2017年增长到80多亿。图4展示了这个序列模式——先发展用户、再增加收入。

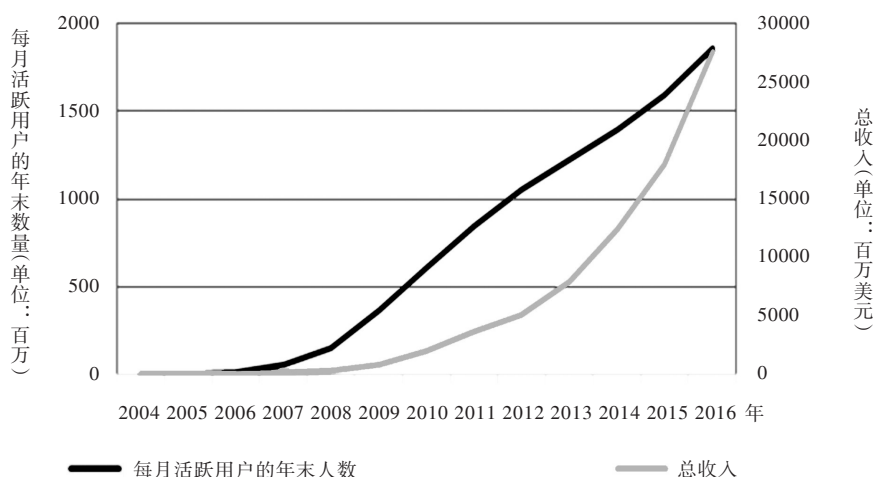


图4 “脸书网”用户人数与收入

目前,Facebook是继谷歌与视频网站(YouTube)之后的全球第三大热门网站,在美国紧随谷歌,是第二大热门网站。有趣的是,这三大网络在中国都不能使用。按照收入来看,它是世界上第四大网站,分别落后于亚马逊、Alphabet(谷歌)和京东(中国),领先于腾讯、阿里巴巴、Princeline和百度。在网络社会网类网站中,就用户来说,Facebook(20亿)领先YouTube(15亿)、Whatsapp(12亿)、Facebook messengers(12亿)、微信(8.89亿)、Twitter(3.28亿)以及Snapchat(2.55亿)(截至2017年6月)。

## 七、范式与其他网络社会网

Facebook先建立社会网络、再扩展其他业务的策略已经引起了注意。谷歌、亚马逊和许多其他网站已经将各种形式的社交网络纳入网站。到目前为止,它们还没有加入到与Facebook的竞争中来。只要Facebook将维护和增强其社交网络的功能放在首位,它就有可能吸收其他知名网站的核心功能,如搜索、销售商品和服务(如旅游、酒店、银行业务)。Facebook似乎将重点放在网络社会网的产品特点上,它知道其他功能以及商业机会可以随之而来。

推特(Twitter)是另一种形式的网络社会网,是一个不需要真实姓名的广播系统,并且向所有人开放。它的优点是有助于获得认可,受到大众欢迎。但是,这种认可与流行可能不稳定,感觉相对难以维持。用户或参与者可以选择使用真实姓名或昵称。而且,用户不会停留在网站上,也不会观看或与一个特定的广播电台相互影响。时尚总是来来去去,变化不定。这也给广告商定位用户的尝试带来了难题。到目前为止,推特尚未获得收益,它将如何演变成一个可行的、可持续的网络社会网仍然有待观察。

另一个可以从商业中获利的潜在的网络社会网是维基百科(Wikipedia)。它的节点是文章而不是用户,每篇文章都是一个贡献的和编辑过的条目,可以很容易识别贡献者,并且贡献者和编辑之间可能发生互动。由于信息是集体贡献和免费贡献的产物,信息的可持续性和流行取决于没有收到或收到很少报酬



的用户和贡献者的数量。因为它逐渐积累了覆盖多种语言的大量条目,在互联网上也取得了独特地位。它已成为一个不可或缺的工具,取代了积累“知识”的百科全书,并提供当前和正在进行的快速增加的世界事件。截至2017年8月,英文版的文章数量达到500万份以上;现在有超过250种的语言版本。到2014年2月为止,它拥有180亿页面浏览量,每月有近5亿访问者。它一直名列全球十大热门网站,截至2016年12月,在全球最受欢迎的网站中,维基百科排名第五。

一些语言版本的增长速度缓慢,且贡献者的人数可能已经达到稳定状态,但实际贡献者仍在变化。这是一个引人注目的系统,在互联网社交网络中唤起对自愿和集体事业的价值的注意。到目前为止,在原联合创始人吉米·威尔士(Jimmy Wales)的控制下,在公司、机构和个人的贡献下,它一直抵制商业化,并且不接受广告。如果维基百科想要开展业务,那么它拥有巨大的潜力。它可能已经积累了全球共同体的最大数据集,包括每个用户所感兴趣的主题和使用模式等方面的信息,因此很容易变成商业的巨大渠道。鉴于更为详细和庞大的数据集,维基百科的商业潜力可能会超过Facebook。当然,它的困境是如果决定转向商业化,就需要给贡献者报酬,因为很多人不愿意免费为工商企业做贡献,企业性质也会完全不同。折中的方法是保持非盈利状态,并通过自身引导全部企业利润。只要吉米·威尔士还负责维基百科,这可能就不会发生。

本文不讨论中国的网络社会网,特别是微信、微博和贴吧。中国的网站在混合与合并多重功能方面表现出色,包括社交网络、广播、付费账单等功能。在使用人工智能方面,它们已经超越了大多数美国的网络社会网。但是,使用昵称而不是真实姓名或身份对网络安全造成了严重威胁,并导致滥用问题。这对有序的维持提出了巨大挑战,例如,最近政府对上述三个网站的调查就显示了这些问题。自2009年以来,中国政府一直试图要求各类网站执行实名注册的规定,少数公司(例如阿里巴巴)已经落实,但这些规章制度基本上不成功,因为伪造身份证号码或姓名仍然很容易。网站的普及程度取决于用户数量,并且对广告商有重要影响。网站之间的竞争始终很激烈,因此它们不会优先考虑贯彻实名规定。2017年10月1日以来,政府要求在互联网上传播信息时使用真实姓名,这可能会影响网络社会网上的互动,也有可能不会产生任何影响,这项要求是否能够成功执行还需要用资料来证明。

网络社会网作为经济收益的网站,正在不断发展和变化,竞争一直很激烈。随着经济嵌入社会关系的模式在全球范围内被采纳和修正,Facebook在网络社会网以及由此产生的经济效益方面所占据的主导性还能维持多久,就目前来说是无法预测的。然而,可以预测的是,赢家永远属于在网络社会网上进行创造和革新的一方。

## 八、结 论

本文从三个方面扩展了社会关系与经济之间嵌入性的概念。第一,它提请注意在社会关系中构造嵌入性经济的重要性,将经济活动看作持续进行的社会关系的一部分。主流研究文献集中讨论在经济活动和组织中嵌入社会关系,而该框架在此方面修正和补充了相关研究。第二,它指出持续的社会关系不可避免地嵌入宏观结构(如文化与社会制度),这些结构与制度要素(如社会的、民主的、生态的和社团的)明确规定了行动者的位置,促进或阻碍了互动与关系。同质性原则提供了将行动者聚集起来或者形成区隔的机会,它并不会预先确定持续的社会关系,而是促进或者限制了这些机会。第三,本文指出,在社会关系中

嵌入经济不一定是“结构的”(如过度社会化的),它可能创造或者构建发生持续社会关系的制度。以网络社会网为例,我们已经证明,优先考虑维持和发展持续的社会关系的网站,可能最终加入经济活动,并获得收益。

#### 参考文献:

- Ao, Dan. 2014. "Homophily and Heterophily in the Position-Generated Networks in the U. S. and China." in *Social Capital and Its Institutional Contingency*, edited by N. Lin, Y.-c. Fu and C.-j. Chen. NYC: Routledge.
- Bian, Yanjie. 2001. "Guanxi Capital and Social Eating in Chinese Cities: Theoretical Models and Empirical." in *Social Capital: Theory and Research*, edited by N. Lin, K. Cook and R. S. Burt. New York: Aldine de Gruyter.
- . 1994. "Guanxi and the Allocation of Jobs in Urban China." *The China Quarterly* 140: 971-99.
- . 1995. "China: Getting a Job in a Web of Guanxi." In *Networks in the Global Village*, edited by B. Wellman. Boulder, CO: Westview.
- . 1997. "Bringing Strong Ties Back In: Indirect Connection, Bridges, and Job Search in China." *American Sociological Review* 62(3, June):366-85.
- . 2008. "The Formation of Social Capital among Chinese Urbanites: Theoretical Explanation and Empirical Evidence." in *Social Capital: An International Research Program*, edited by N. Lin and B. H. Erickson. Oxford: Oxford University Press.
- . 2017. "The Comparative Significance of Guanxi." *Management and Organizational Research* 13(2, 9/5):161-267.
- Bian, Yanjie and Ken'ichi Ikeda. 2013. "East Asian Social Networks." In *The Encyclopedia of Social Network Analysis and Mining*, edited by R. Alhajj and J. Rokne. Springer.
- Edwards, Jeremy and Sheilagh Ogilvie. 2008. "Contract Enforcement, Institutions and Social Capital: The Maghribi Traders Reappraised." *CESifo No. Working Paper Series No. 2254*.
- . 2009. "Contract Enforcement, Institutions and Social Capital: The Maghribi Traders Reappraised." *Cambridge Working Papers in Economics No. 0928*.
- . 2012. "Contract Enforcement, Institutions and Social Capital: The Maghribi Traders Reappraised." *The Economic History Review*.
- Fu, Yangchih. 2008. "Position Generator and Actual Networks in Daily Life: An Evaluation with Contact Diary." in *Social Capital: An International Research Program*, edited by N. Lin and B. H. Erickson. NY: Oxford University Press.
- Granovetter, Mark. 1985. "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness." *American Journal of Sociology* 91: 481-510.
- . 2005. "The Impact of Social Structure on Economic Outcomes." *Journal of Economic Perspectives* 19(1, winter):33-50.
- Green, Heather and Ben Elgin. 2001. "Do e-Ads Have a Future?" *Business Week* 22: pp. 46-50.
- Greif, Avner. 1989. "Reputation and Coalitions in Medieval Trade: Evidence on the Maghribi Traders." *Journal of Economic History* VLIX (4).
- . 2005. "Institutions, Markets, and Games." In *The Economic Sociology of Capitalism*, edited by V. Nee and R. Swedberg. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- . 1993. "Contract Enforceability and Economic Institution in Early Trade: The Maghribi Traders' Coalition." *American Economic Review* 83:525-48.
- . 2006. *Institutions and the Path to the Modern Economy: Lessons from Medieval Trade*. New York: Cambridge University Press.
- . 2008. "Contract Enforcement and Institutions among the Maghribi Traders: Refuting Edwards and Ogilvie". *CESifo No. Working Paper Series No. 9610*.
- . 2012. "The Maghribi Traders: A Reappraisal?" *The Economic History Review*.
- Hansell, Saul. 1999. "A Showdown on Messaging May Unite Web Users." *New York Times*, 2/August.

- Hsung, Ray-May and Ronald L. Breiger. 2014. "Similarities and Differences in Relation-Specific Social Resources among Three Societies." In *Social Capital and Its Institutional Contingency*, edited by N. Lin, Y.-c. Fu and C.-j. Chen. NYC: Routledge.
- Lai, Gina. 2008. "Marriage, Gender, and Social Capital." In *Social Capital: An International Research Program*, edited by N. Lin and B. H. Erickson. NY: Oxford University Press.
- Lazarsfeld, Paul F. and Robert K. Merton. 1954. "Friendship as Social Process: A Substantive and Methodological Analysis." In *The Varied Sociology of Paul F. Lazarsfeld*, edited by P. L. Kendall. NY: Columbia University Press.
- Light, Ivan and Carolyn Rosenstein. 1995. *Race, Ethnicity, and Entrepreneurship in Urban America*. New York: Aldine de Gruyter.
- Lin, Nan. 1989. "Chinese Family Structure and Chinese Society." *Bulletin of the Institute of Ethnology* 65:382-99.
- . 2001. *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. London and New York: Cambridge University Press.
- . 2017. "Guanxi: Sentiment-Based Social Exchange." *Sociology*, Duke University, August.
- Liu, Hong. 2012. "Beyond a Revisionist Turn: Networks, State and the Changing Dynamics of Diasporic Chinese Entrepreneurship." *China: An International Journal* 10(3, December):20-41.
- Merton, Robert K. 1954. "Friendship as Social Process: A Substantive and Methodological Analysis (Part One – Substantive Analysis)." In *Freedom and Control in Modern Society*, edited by M. Berger, T. Abel and C. Page. New York: D. Van Nostrand.
- McPherson, Miller, Lynn Smith-Lovin, and Cook James M. 2001. "Birds of a Feather: Homophily in Social Networks." *Annual Review of Sociology* 27:415-234.
- Min, Pyong Gap. 1987. "Factors Contributing Ethnic Business: A Comprehensive Synthesis." *International Journal of Comparative Sociology* 23:195-218.
- . 1988. "Ethnic Business Enterprise: Korean Small Business in Atlanta." Ph. D. Diss.
- . 1996. *Caught in the Middle: Korean Communities in New York and Los Angeles*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Min, Pyong Gap and Charles Jaret. 1985. "Ethnic Business Success: The Case of Korean Small Business in Atlanta." *Sociology and Social Research* 69: 412-35.
- Padgett, John F. 2001. "Organizational Genesis, Identity, and Control: The Transformation of Banking in Renaissance Florence." In *Networks and Markets*, edited by J. E. Rauch and A. Casella. NY: Russell Sage Foundation.
- Padgett, John F. and Christopher K. Ansell. 1993. "Robust Action and the Rise of the Medici, 1400-1434." *American Journal of Sociology* 98:1259-319.
- Polanyi, Karl. (1944) 1957. "The Economy as Instituted Process." In *Trade Market in the Early Empires*, edited by K. Polanyi, C. M. Arensberg and H. W. Pearson. NY: The Free Press.
- . 1944. *The Great Transformation*. Boston: Beacon Press.
- Raghavan, Anita. 2013. *The Billionaire's Apprentice: The Rise of the Indian-American Elite and the Fall of the Galleon Hedge Fund*. New York: Business Plus.
- Rauch, James and Vitor Trindade. 2002. "Ethnic Chinese in International Trade." *Review of Economics and Statistics* 84(1):116-30.
- Smith, Adam. 1759. *The Wealth of Nations*. New York: Modern Library Edition.
- . 1776. *Theory of Moral Sentiments*. Oxford: Clarendon Press.
- . 2002. *The Theory of Moral Sentiments*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Swisher, Kara. 1999. *AOL.COM*. New York: Random House.
- Tanaka, Jennifer. 1999. "More Ways to Message." *Newsweek*, 23/July.
- Turkle, Sherry. 1995. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Tyrangiel, Joshua. 2000. "You've Got Males." *Time*, 14/February.
- Walker, Leslie. 2001. "AOL Time Warner Sites Lead in Time, Visitors." (washtech.com).
- Yoo, Jin-Kyung. 2000. "Utilization of Social Networks for Immigrant Entrepreneurship: A Case Study of Korean Immigrants in the Atlanta Area." *International Review of Sociology* 10(3):347-63.
- Zhou, Min. 2004. "Revisiting Ethnic Entrepreneurship: Convergencies, Controversies, and Conceptual Advancements." *International Migration Review* 38:1040-74.
- Zhou, Min and Mingang Lin. 2005. "Community Transformation and the Formation of Ethnic Capital: Immigrant Chinese Communi-

ties in the United States.” *Journal of Chinese Overseas* 1:260–84.

## **Embedding the Economy in Social Networks: Cybernetworks and the Economy as an Example**

**LIN Nan, SON Joonmo, GAO Bai**

**Abstract:** This paper extends the current discussions and research on the embeddedness between social relations and the economy in three ways. First, it focuses on how the economy is embedded in social relations. Instead of locating and analyzing social relations in economic activities and organizations, it calls attention to the significance of ongoing social relations that embed the economy. Second, it further calls attention to the significance of macrostructure (e.g., social and cultural institutions) that embeds ongoing social relations. It points out that ongoing social relations always function in the opportunities and barriers presented in such institutions. Not taking the macrostructural locations of the interacting actors into account misses an important and essential dimension of how ongoing relations embed the economy. Finally, it proposes that such macrostructural institutions do not always have to be predetermined (the “oversocialized” paradigm). In fact, such institutions may be created and constructed to facilitate ongoing social relations, which in turn offer opportunities for economic activities. We use online cybernetworks (e.g., AOL and Facebook) to support this argument.

**Key words:** Embeddedness; Economic Sociology; Social Relations; Social Networks; Social Institutions

(责任编辑:刘少杰 王水雄)