

# 电子发展对乡村社会关系的重塑：基于社会网络与互动仪式的分析

张洪梅

贵州大学公共管理学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年9月15日; 录用日期: 2025年9月25日; 发布日期: 2025年10月21日

## 摘要

在国家数字乡村建设的时代背景下, 电子商务作为商业营销的有力模式, 在给乡村带来机遇和发展的同时, 作为一种结构性力量, 也在重塑着传统乡土社会。本文旨在从社会网络与互动理论视角出发, 探讨电子商务(聚焦C2C与B2B模式)如何重塑乡村社会的关系结构与互动模式。研究将电子商务视为一种新型的社会互动媒介, 分析其对乡村社会网络的规模、结构、关系内容以及信任机制的影响。研究认为, 电商的深度嵌入不仅扩展了乡村社会网络的边界, 催化了关系性质的混合化, 也推动了乡村互动仪式与信任机制的现代化转型, 最终参与了一种兼具传统性与现代性的“数字乡土社会”的生成。本研究试图为理解乡村数字化转型提供一种基于社会关系与互动视角的理论框架。

## 关键词

电子商务, 乡村社会学, 社会网络, 社会互动, 数字乡土性

# The Reshaping of Rural Social Relations by E-Commerce Development: An Analysis Based on Social Networks and Interaction Rituals

Hongmei Zhang

School of Public Administration, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: September 15, 2025; accepted: September 25, 2025; published: October 21, 2025

## Abstract

In the context of the national digital rural construction, e-commerce, as a powerful model of

文章引用: 张洪梅. 电子发展对乡村社会关系的重塑: 基于社会网络与互动仪式的分析[J]. 电子商务评论, 2025, 14(10): 1554-1560. DOI: 10.12677/ec.2025.14103302

commercial marketing, brings opportunities and development to rural areas while also reshaping the traditional rural society as a structural force. This paper aims to explore how e-commerce (focusing on C2C and B2B models) reshapes the relationship structure and interaction patterns of rural society from the perspective of social network and interaction theory. The study regards e-commerce as a new type of social interaction medium and analyzes its impact on the scale, structure, relationship content, and trust mechanism of rural social networks. The study holds that the deep integration of e-commerce not only expands the boundaries of rural social networks, catalyzes the diversification of relationship nature, but also promotes the modern transformation of rural interaction rituals and trust mechanisms, ultimately participating in the generation of a “digital rural society” that combines tradition and modernity. This research attempts to provide a theoretical framework based on social relationships and interactions for understanding the digital transformation of rural areas.

## Keywords

E-Commerce, Rural Sociology, Social Network, Social Interaction, Digital Nostalgia

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

近年来,随着“乡村振兴战略”的提出,中国农村电子商务迅猛发展,为农民增收和农村消费升级双提升作出了巨大贡献[1]。在这场宏大的变迁中,电子商务作为数字经济的代表,已从一种单纯的商品交易工具,演变为重组乡村资源、连接外部世界、干预乡村社会进程的重要力量。“淘宝村”、“直播村”作为电子商务在乡村聚集的最直观体现,大力推动了乡村现代化进程[2]。技术逻辑与乡土社会逻辑的相遇与融合,促使电子商务超越其作为交易工具的经济属性,演变为一种新型的社会互动媒介,悄然参与着乡村社会世界的构建。

电子商务的引入,本质上是一套新的沟通与协作机制嵌入传统乡村社会关系的过程,它不仅改变了物与货币的交换方式,更重新配置了人与人之间的互动频率、沟通内容与联结模式,从而可能重塑乡村社会网络,催化其中信任机制的现代化转型。

因此,本文旨在立足社会网络理论与互动仪式理论,聚焦电商实践所促发的日常互动变化与关系网络重构,试图回应核心理论问题:以C2C和B2B为代表的电子商务模式,如何通过其特定的技术社会特性,重塑乡村社会中的互动模式、关系结构与信任机制?研究期望能在理论上丰富乡村电商研究的社会学维度,从社会互动与社会网络的中层视角,补充现有研究过于侧重宏观政策与微观经济的不足,从而为理解乡村社会的当代变迁提供一个更具涵括力与分析效度的理论视角。

## 2. 理论视角

### 2.1. 社会网络理论

社会网络理论强调个人行为深受其所处的网络结构位置及关系特征的影响。有学者认为,社会网络是指个人之间比较持久的、稳定的社会关系,随着社会网络的发展,社会网络中的行动者已从独立的个人逐渐扩大到企业、组织,社会网络在不断完善、扩充,形成了整体视角[3]。对于本研究而言,该理论提供了以下关键洞见:首先,它关注网络的形态特征,如规模、密度、中心度等。传统乡村社会通常被视

为一个高密度、低规模、以地缘和血缘为纽带的封闭性网络。电商的介入,则可能极大地扩展网络规模,引入大量异质性的“弱关系”节点,改变网络的整体形态。其次,它区分关系的内容与强度。乡村内部的强关系(如亲属)提供情感支持与高度信任,而电商所桥接的外部弱关系(如陌生客户、供应商)则可能带来新的信息、机会与市场资源。电商嵌入的过程,正是乡村网络从强关系主导转向强弱关系并存的“混合性网络”的过程。

## 2.2. 互动仪式链理论

柯林斯的互动仪式链理论则将宏观社会结构还原到微观的互动情境中。该理论认为,社会的基础在于人们之间不断重复的互动仪式,成功的互动仪式能产生群体团结、个体情感能量与代表群体的符号(如标志、标语),并激发维护群体规范的道德感。如果将该理论用于乡村电商研究,其启示在于:电商活动本身可被视为一种新的互动仪式,这些活动具有特定的互动情境(如直播间)、共同的关注焦点(如商品、订单)、共享的心境与情感状态(如抢购的兴奋、等待的焦虑),成功的电商互动仪式,可能生成新的群体团结(如“我们村的主播”带来的自豪感)、赋予参与者情感能量(如交易成功的成就感),并创造新的群体符号(如店铺等级、好评率)。电商直播也是一次社会互动,在观看电商直播时,消费者通过与主播和其他在线观看者有意或无意的互动,能够产生共情[4]。这为理解电商如何从情感和认同层面整合或分化乡村社会提供了深刻的理论视角。

## 3. 网络结构的延展与重构:从封闭性社群到混合性网络

### 3.1. 网络边界的突破

传统乡村社会网络在空间上具有高度的地域局限性,其社会关系的构建与维持严重依赖于物理场景中的面对面互动。吉登斯提出的“脱域”机制,恰当地描述了电商在此过程中扮演的角色:它将社会关系从彼此地域性关联中“抽出”,并为它们在无限的时空跨度中重新联结提供可能[5]。

电商为小乡村带来了大市场,市场崛起改变了乡村的经济秩序,形成一个线上线下开放的经济秩序[6]。电子商务平台作为一种“脱域机制”,为乡村居民创设了跨越地理阻隔、直接对接外部市场的虚拟空间。农户无需再经由层层中间商,而是可以通过一根网线、一部手机便可以接触全国乃至全球的匿名消费者(C2C)或企业客户(B2B)。这意味着,乡村社会网络的边界被极大拓展了。网络中的节点不再仅限于邻里、亲属,更囊括了天南海北的买家和供应商。大量异质性的、匿名的“弱关系”被引入到原本由高同质性“强关系”主导的网络之中。这一过程从根本性地改变了网络的成分与多样性,使其从一个封闭性的地域社群,演变成为一个开放性的、兼具本地性与脱域性的混合网络。

### 3.2. 网络形态的演变

基于互联网技术的社会关系建构成新的社会网络,并不断演化形成新的社会组织[7]。尽管电商整体上促成了网络的开放与扩展,但不同的电商模式因其技术逻辑与操作规则的不同,催生了差异化的网络形态。

C2C 模式导向一种以个体为中心的“星射状分布式网络”。在该模式下,每一个成功接入平台的农户都成为一个独立的中心节点,直接与外部市场中众多的消费者节点相连,形成一个个以自我为核心的星形结构。整个村庄的网络则由这无数个重叠交错的星形结构聚合而成,呈现出一种扁平化、去中心化、高自主性的分布式特征。这种网络形态极大地激发了个体农户的能动性,使其成为自身社会资本的积极建构者。然而,这种高度个体化的网络也可能意味着节点间的横向联结较弱,农户们可能各自为战,竞争多于合作,从而潜在削弱了村落层面的内部凝聚力。

相较而言，B2B 模式则更可能催生一种以组织为核心的“整合性层级网络”。B2B 交易往往要求产品的标准化、规模的批量化和交易的稳定化，这通常超出了个体农户的应对能力，从而促使他们联合起来，形成专业合作社、农业企业或行业协会等组织实体。在此模式下，外部市场的联结不再分散于无数个体，而是集中于合作社或企业这一个或少数几个核心节点。组织内部的农户节点首先与组织核心建立强连接，再通过组织核心与外部市场建立联结。这就形成了一种更具层级性、中心化的网络结构。该结构强化了组织核心的协调与控制能力，有利于形成规模经济和品牌效应，但也在一定程度上削弱了个体农户的直接市场能动性，使其更依赖于组织的中介作用。

### 3.3. 关系内容的复杂化

网络结构的变迁必然伴随着网络中流动的关系内容的嬗变。传统乡村社会关系是一种典型的“情感性关系”或“混合性关系”(黄光国)，人情、面子、互惠等情感性与道德性要素在其中占据主导地位。电子商务的引入，则将清晰的市场规则、理性的成本收益计算和明确的契约精神带入乡村，使得社会关系中的“工具性”维度前所未有地凸显和强化。

在电商实践中，一种新型的“混合性关系”正在生成并逐渐常态化。乡村行动者必须同时娴熟地运用两套行为逻辑：一方面，在与邻里、亲属互动时，他们仍需遵循人情、互惠的传统伦理；另一方面，在与线上客户、平台系统打交道时，则必须遵循市场理性、契约精神和信用规则。更为有趣的是，这两套逻辑并非截然分开，而是在实践中不断地相互渗透、交织与转换。例如，农户在创业初期，往往会依靠强关系网络(如请求亲友刷单、推广)来启动其线上业务，这是将情感关系工具化；而当其线上业务稳定后，由良好信用和口碑带来的信任，又能反哺其线下声誉，强化其人格化信任，这又是将工具关系情感化。

这种情感性与工具性关系的复杂交织，要求乡村行动者具备一种“关系辩证”的实践智慧，在不同情境下灵活地切换或融合不同的行为逻辑。它打破了传统关系中情感与工具的非此即彼，塑造了一种更具弹性、更加多元的复合型关系内容，这构成了“混合性网络”在关系质性层面的核心特征。

综上所述，电子商务的深度嵌入，从边界、形态和内容三个维度重构了乡村的社会网络结构。它打破了地域的桎梏，接入了全球化的流量；它根据模式的不同，分化出分布式与层级化的形态；它更将工具理性注入人情伦理，催生了复杂辩证的混合性关系。这一切，共同标志着乡村社会正从一个传统的、封闭的“熟人社群”，迈向一个现代的、开放的“混合性网络”。

## 4. 互动模式的转型：线上 - 线下互动的交织与新仪式的生成

### 4.1. 互动情境的多元化

传统乡村互动高度依赖于身体的共同在场、共享的物理环境以及即时的非语言线索。由一个人将乡村带入电商互动情境，乡土熟人社会之间的无秘文化，会迅速促进彼此间的相互模仿[8]。由此电子商务的兴起，便增添了一个全新的、以数字界面为媒介的“符号在场”的互动维度。

线上互动情境(如直播评论区、微信订单群)要求行动者通过文字、图片、表情包、信用评分等符号系统来表征自我、传递意图、建立信任。这种“符号化”的互动打破了时空限制，实现了与远方陌生人的即时沟通，极大地提升了互动的效率与范围。线上与线下互动呈现出高度的交织与互补状态：一次成功的线上交易，可能源于线下熟人社会的口碑推荐；一个线上客户的差评，需要在线下的人际圈中协商解决；白天的线上订单，需要夜晚邻里间的集体协作来完成打包发货。这种多元化的互动情境，构成了乡村社会互动模式转型的基础性特征。

### 4.2. 互动内容的丰富与变异

互动情境的变迁必然带来互动内容的革新。电商的引入，为乡村日常对话注入了大量新的主题与词

汇，悄然改变了闲聊、串门、聚会中的谈话内容。

其一，互动内容趋于“知识化”与“技术化”。农户之间的交谈焦点，从传统的农事经验、家长里短，大量转向了对平台算法、营销技巧、物流成本、客户反馈等新知识的探讨与共享。这种知识话语的流动，不仅提升了乡村人力资本的维度，也重塑了乡村内部的社会声望体系——那些精通电商技术的“数字精英”往往成为新的知识权威和求助对象。

其二，互动内容承载了新的“情感能量”。根据柯林斯的理论，成功的互动能产生积极的情感能量。电商活动为这种情感能量的产生提供了新的源泉。成功达成一笔订单的喜悦、收到一条买家好评的满足、在直播互动中获得众人关注的兴奋，这些都成为了乡村居民新的情感体验。这些基于市场成功的积极情感，与来自传统人情往来的情感支持相互叠加，共同构成了乡村生活新的情感动力。反之，交易失败、恶意差评、平台处罚也会带来新的焦虑与挫败感。

### 4.3. 新互动仪式的形成

互动仪式链理论认为，成功的仪式需要群体聚集、排斥局外人的边界、共同的焦点关注以及共享的情感状态。据此观察，乡村电商中的许多实践活动，恰恰具备了生成新互动仪式的潜力。

例如集体打包仪式。在许多电商村，邻里亲友聚集在一起打包发货，分工协作，完成封装、贴单、搬运等工作，这个过程具备了仪式所需的诸多要素：群体聚集(身体的共同在场)、共同的焦点(高效准确地完成发货)、共享的心境(忙碌中的协作精神与完成任务的成就感)。这种定期的、协作性的集体劳动，极有可能强化参与者之间的群体团结感，生成一种“我们是一个团队”的集体意识，并赋予“打包”这一行为以超越其工具性价值的象征意义。

或者直播围观仪式：村民的直播带货活动，尤其能体现线上仪式的生成。主播在镜头前表演，村民(以及外部观众)在评论区实时互动，形成了虚拟的群体聚集。他们拥有共同的焦点，并通过点赞、评论、分享等行为共享和互相激发情感能量。直播间的边界(关注、粉丝牌)区隔了“我们”(inside)与“他们”(outside)。一场成功的直播，不仅是一次销售活动，更是一场成功的互动仪式，它能够强化本村观众对主播乃至对村庄的认同感与归属感，并创造出属于这个群体的独特符号(如一句直播口号、一个标志性动作)。

## 5. 信任机制的演化：从人格信任到系统信任的混合

### 5.1. 信任基础的扩大

传统乡村社会的信任机制根植于费孝通所描述的“熟人社会”之中，是一种建立在血缘、地缘基础上的人格信任。电子商务引入了一套截然不同的、基于匿名性与非人格化规则的系统信任，并非简单取代人格信任，而是促使乡村行动者的信任基础发生了战略性扩大。在电商交易的全过程中，两种信任逻辑并行不悖，各司其职。

在交易的初始启动阶段，脆弱的人格信任往往扮演着“初始信用”的关键角色。一位初创电商的农户，其第一批客户很可能来自线下的亲戚、朋友和邻居。这些早期支持者并非全然基于对商品本身的评价，而更多地是出于对创业者“其人”的信任与人情义务。这种人格信任为电商活动提供了最初的社会验证和风险缓冲。

然而，若要超越熟人圈层，实现交易的规模化与持续化，就必须依赖系统信任的保障。电商平台构建了一整套旨在生成系统信任的机制：其一，数字信用评价体系(如五星好评、皇冠等级)、其二，第三方支付担保(如支付宝)、其三，平台规则与仲裁机制。这些机制以一种客观化、可视化的方式，将陌生交易者的可信度“符号化”，使得乡村卖家能够与无数匿名的买家建立信任关系。此时，信任的基础从“我相信你这个人”转变为“我相信平台的规则和符号系统”。

## 5.2. 两种信任逻辑的互嵌与协同

在真实的乡村电商场景中,人格信任与系统信任并非两条平行线,而是深刻地相互嵌入、协同增效,形成一个有机的混合体。

这种互嵌体现在相互强化上。一个在线下拥有良好人品和声誉的农户,其线上店铺更容易获得初始的好评与信任。反之,一个拥有高信用等级和大量好评的线上店铺,又能反过来巩固和提升其经营者在整个乡村社区中的线下声望与社会资本。线上系统信任成为线下人格信任的数字化延伸与佐证,线下人格信任则成为线上系统信任的情感背书。

此外,两种信任还会发生相互转化。当一次线上交易出现纠纷时,当事人可能会启动线下的人情关系网络进行协调(例如,请一位双方都认识的中间人出面调解),试图将系统性的冲突重新拉回人格化的解决框架内。反之,一次成功的线下人情往来,也可能转化为一个线上的好评订单。这种灵活的转换与协同,体现了乡村行动者如何创造性地运用新旧两种资源来应对市场中的不确定性。

## 5.3. 信任风险形态的变迁

信任基础的扩大与混合,也意味着信任风险来源的多元化与复杂化。在人格信任主导的时代,信任风险主要来自于本地化交往中可能出现的道德风险(如违约、欺诈),其影响范围有限且易于通过社区规范进行制裁。

而在混合信任模式下,风险形态发生了显著变迁。乡村行动者除了要防范传统的道德风险,还必须面对两种新型风险:其一,全球化的市场风险。信任范围的扩大意味着将自身置于一个更广阔、更不可控的市场环境中,需应对远端市场需求的波动、异地客户的挑剔甚至恶意欺诈。其二,系统性的技术风险。其信任基础高度依赖于平台的稳定性与算法的公正性。平台规则的突然更改、算法排序的变动、甚至技术故障,都可能瞬间摧毁其苦心经营的信用表征,而这种风险远非个人所能控制。

# 6. 结论与讨论

## 6.1. 主要研究结论

本研究从社会网络、互动仪式与信任机制三个理论维度,系统剖析了电子商务(C2C/B2B)嵌入乡村社会所引发的深层变革。分析表明,电商的引入远不止是一种经济模式的叠加,更是一场深刻的社会性重组。

首先,在社会网络层面,电商技术打破了传统乡村地域性“熟人社会”的边界,接入了大量异质性的外部“弱关系”,推动乡村网络从封闭性社群向开放性的“混合性网络”演变。其中,C2C模式倾向于形成以个体为中心的分布式网络,而B2B模式则强化了以组织为核心的整合性层级网络,关系内容也呈现出情感性与工具性复杂交织的新特征。

其次,在互动模式层面,电商创设了“线上-线下”交织的多元互动情境。乡村居民的日常互动内容融入了大量市场知识与技术话语,互动频率与范围得以极大扩展。更重要的是,围绕电商活动(如集体打包、直播围观)生成了新的互动仪式,这些仪式孕育了新的群体团结感和情感能量,为乡村社会关联提供了新的整合基础。

最后,在信任机制层面,电商推动乡村信任基础从单一的、基于人情的人格信任,向人格信任与基于平台的系统信任并存的“混合信任”模式演化。两种信任逻辑并非简单替代,而是在实践中相互嵌入、强化与转化,共同支撑着跨越地域的匿名交易,同时也使乡村面临全球化市场风险与系统性技术风险等新型挑战。

综上所述,电子商务通过重塑联结结构、互动过程与信任基础,深刻地参与了乡村社会世界的重构。

乡村并未在技术冲击下变得支离破碎或完全城市化，而是呈现出一种传统社会要素与现代数字逻辑交融共生的新形态。

## 6.2. 理论启示

基于上述发现，本研究尝试提出“数字乡土性”这一概念，用以理论化概括电商时代乡村社会所呈现出的这种新形态。

“数字乡土性”意味着，乡土社会的内核并未消失，而是在数字技术的包裹与重塑下，表现出新的特征。其一，它体现了社会结构的混合性，即地缘血缘网络与脱域市场网络重叠交织；其二，它体现了实践逻辑的辩证性，即人情伦理与市场理性、人格信任与系统信任在行动者的日常实践中被策略性地、灵活地调用与融合；其三，它体现了文化身份的融合性，村民既认同于传统的乡土身份，也自豪于作为“数字农民”、“电商能手”的新身份。

因此，“数字乡土社会”并非一个完全被“脱域”的、城市化的社会，也不是一个固守传统的封闭社会，而是一个在技术赋能与社会韧性共同作用下生成的、兼具开放性与乡土特质的新型社会形态。本研究为理解中国乡村在数字化转型中的独特路径提供了一个基于社会关系与互动视角的理论框架。

## 参考文献

- [1] 梅英婷. 乡村振兴视角下农村电子商务的发展模式研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中国农业科学院, 2023.
- [2] 张英男, 龙花楼, 屠爽爽, 等. 电子商务影响下的“淘宝村”乡村重构多维度分析——以湖北省十堰市郧西县下营村为例[J]. 地理科学, 2019, 39(6): 947-956.
- [3] 段雅婧. 社会网络理论研究综述[J]. 江苏商论, 2024(6): 139-141.
- [4] 徐萌, 张晓阳, 王一茗, 等. 人机交互背景下真人主播的差异化竞争优势研究——基于互动仪式链理论[J]. 老字号品牌营销, 2025(15): 73-75.
- [5] 裴斐. 超越时间与空间距离的现代状况——解读安东尼·吉登斯的现代性理论[J]. 重庆文理学院学报(社会科学版), 2008(6): 51-53.
- [6] 张齐超. 农村电子商务与乡村社会变迁研究评述[J]. 合作经济与科技, 2020(24): 48-49.
- [7] 马克秀. 互联网与乡村社会结构变迁的研究框架思考——基于山东“淘宝村”的传播社会学分析[J]. 浙江传媒学院学报, 2017, 24(4): 40-46.
- [8] 邱泽奇. 三秩归一: 电商发展形塑的乡村秩序——菏泽市农村电商的案例分析[J]. 国家行政学院学报, 2018(1): 47-54+149.