

Vertrouwen

Vertrouwen in voedselveiligheid in China na het melamine schandaal

Vlastuin, H.A. van (Antonia), 4174968

6/30/2017

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1: Inleiding.....	2
Hoofdstuk 2: Filosofie.....	5
2.1 Het vertrouwensprobleem van de Chinese consument.....	5
2.2 Betrouwbaarheid van de overheid en melkindustrie.....	9
2.3 Conclusie: voorwaarde voor vertrouwen.....	13
Hoofdstuk 3: Sociologie.....	15
3.1 Vertrouwen.....	16
3.2.1. Gepersonaliseerd vertrouwen.....	16
3.2.3. Geinstitutionaliseerd vertrouwen.....	16
3.2.3.1. Overheid gebaseerd vertrouwen.....	17
3.2.3.2. Markt gebaseerd vertrouwen.....	18
3.2.3.3. Maatschappij-gebaseerd vertrouwen.....	18
3.2.2. Conclusie.....	19
3.3. Waar zit het vertrouwensprobleem in de casus?.....	19
3.3.1. Persoonlijk vertrouwen.....	19
3.3.2. Geinstitutionaliseerd vertrouwen.....	20
3.3.2.1. Overheid gebaseerd vertrouwen.....	21
3.3.2.2. Markt gebaseerd vertrouwen.....	21
3.3.2.3. Maatschappij gebaseerd vertrouwen.....	23
3.3.3. Conclusie.....	24
3.4 Conclusie.....	24
Hoofdstuk 4: Integratie Filosofie & Sociologie.....	27
4.1 Disciplinaire inzichten.....	27
4.2 Common ground.....	28
4.3 More comprehensive understanding.....	33
Hoofdstuk 5: Conclusie en actiehorizon.....	36
Literatuur.....	38

Hoofdstuk 1: Inleiding

In 2008 werd er in China melamine aangetroffen in babymelkpoeder. Dit was het begin van een het voedselschandaal dat door zijn impact op de samenleving ingrijpende gevolgen heeft gehad voor het Chinese voedselveiligheidsregime. Het toevoegen van melamine aan veevoer, melk en babymelkpoeder had als gevolg dat er 6 kinderen overleden en 52.000 baby's in het ziekenhuis behandeld moesten worden vanwege nierfalen. Bovendien is van meer dan 250.000 kinderen bekend dat ze lijden aan een milde nier- en urineproblemen door de toevoeging van melamine (Pei, 2001, p. 412-413).

Melamine is een stikstofrijke chemische stof die wordt gebruikt in kunstmest, laminaten, verf en lijm. Deze stof veroorzaakt bij mensen ernstig of dodelijk nierfalen. De melamine werd aan melk toegevoegd om te maskeren dat er een verdunning van eiwitten had plaatsgevonden. Door de toevoeging van melamine werd de lagere eiwitwaarde bij officiële controles niet aangetroffen. (Pei, 2011, p. 413).

Mede door het melamine-schandaal hebben de Chinese consumenten nog maar weinig vertrouwen in de veiligheid van het voedsel dat ze consumeren (Liu, 2014, p. 291). Het waren voornamelijk de zuivelfabrikanten die op grote schaal melamine toevoegden aan de melk en zo de gezondheid zware schade toebrachten. Dit kon mede gebeuren doordat bepaalde grote Chinese melkverwerkingsfabrikanten een vrijstelling hadden gekregen van controles. Als gevolg hiervan hebben consumenten tegenwoordig een sceptische houding ten opzichte van veilig voedsel. Ook is de bezorgdheid van de Chinese consument groot omdat kennis over veilig voedsel ontbreekt (Liu, 2013, p. 94).

Daarom is na het melamine-schandaal de wederopbouw van vertrouwen in de Chinese samenleving van groot belang. Deze scriptie is het verslag van een onderzoek naar de opbouw van vertrouwen dat plaatsvond aan de hand van de volgende hoofdvraag:

Wat zijn de voorwaarden voor vertrouwensopbouw vertrouwensherstel in voedselveiligheid van de Chinese consument na het melkpoederschandaal uit 2008?

Deze hoofdvraag zal op basis van interdisciplinair onderzoek worden beantwoord. De reden hiervoor is dat voedselschandalen, bij voorbeeld het hergebruik van afvalolie, ziekmakende groeihormonen in varkensvlees en exploderende watermeloenen door chemicaliën, een groot probleem vormen in de Chinese samenleving. Consumenten hebben door al deze schandalen weinig vertrouwen in voedsel en de overheid probeert hun vertrouwen met allerlei regelgeving en controles terug te winnen (Pei, 2011, p. 412). Een dergelijk probleem vraagt om onderzoek met een brede maatschappelijke insteek, zoals interdisciplinair onderzoek.

Daarnaast is het onderwerp 'vertrouwen' te complex om door één discipline uitputtend te worden behandeld. Vertrouwen kan worden gemeten door middel van enquêtes en het kan ook worden vergroot door het geven van informatie, maar vertrouwen kent ook een emotionele kant en is afhankelijk van de waarden die mensen en samenlevingen hanteren (Meijboom, 2006, p.441).

Om deze redenen is verdient het aanbeveling om het melkpoederschandaal in China vanuit meerdere disciplines te bestuderen en de in dit onderzoek verkregen disciplinaire inzichten te integreren tot een interdisciplinair geheel. Op deze manier ontstaat een beter begrip van het melamine schandaal en van de manier(en) waarop het mogelijk is om het vertrouwen van de Chinese consument te herstellen.

In dit interdisciplinaire onderzoek wordt gebruik gemaakt van disciplinaire inzichten van filosofie en sociologie. Filosofie doet ertoe omdat alleen informatievoorziening en controles niet genoeg zijn, want vertrouwen heeft ook een emotionele component. Het is belangrijk dat de producenten het vertrouwen van de consument ook waard te zijn; dit kan worden bereikt door te laten zien welke waarden belangrijk zijn voor de melkverwerkingsfabrikant (Meijboom, 2006, p. 441).

Sociologie wordt ingezet om te laten zien hoe vertrouwen in sociologisch opzicht functioneert, zodat ook dit inzicht toegepast kan worden in de vertrouwensopbouw in de voedselketen na het melamine schandaal. Ook wordt de Chinese samenleving onderzocht om vertrouwensopbouw maatregelen te nemen die effectief zijn in de Chinese context.

Op deze manier kunnen de voorwaarden voor het herstel van vertrouwen duidelijk worden gemaakt vanuit de filosofie en de sociologie. Daarbij wordt in beide disciplines gekeken hoe vertrouwen wordt formuleert en wat de desbetreffende discipline zeggen over het vertrouwensherstel. Daarna wordt deze theorie toegepast op de melamine casus. De methode die hierbij in beide disciplines wordt gebruikt is literatuuronderzoek. De literatuur van sociologie heeft grotendeels een empirisch karakter, maar er is voor dit onderzoek zelf geen empirisch onderzoek gedaan.

Na de disciplinaire delen volgt er een integratie van inzichten. Allereerst wordt vertrouwen zowel conceptueel (filosofie) als empirisch (sociologie) vergeleken. Daarna worden overeenkomsten, verschillen en conflicten tussen de inzichten van beide disciplines onderzocht. Ten slotte volgt een *more comprehensive understanding* van vertrouwensopbouw in de Chinese samenleving na het melamine-schandaal. Op deze manier worden de inzichten ook praktisch toegepast op het melamine schandaal in de Chinese samenleving. Het doel daarbij is om in die context effectieve voorwaarden voor vertrouwensherstel te formuleren, waarmee uiteindelijk de hoofdvraag is beantwoord.

Hoofdstuk 2: Filosofie

Vertrouwen functioneert in de discipline filosofie op talloze manieren. In dit hoofdstuk is gekozen voor de benadering van de Utrechtse filosoof dr. Franck Meijboom. Hij ontwikkelde in zijn proefschrift een methode om vertrouwensproblemen in de context van de landbouw en voedselsector te analyseren. Deze Utrechtse methode is toegepast op de Chinese samenleving, waarbij er de culturele vertaalslag is geprobeerd te maken door rekening te houden met het (sociologisch) functioneren van de Chinese samenleving en het toevoegen van de Chinese confuciaanse filosofie die zeer invloedrijk was en is. Daardoor is geprobeerd om zoveel mogelijk recht te doen aan de Chinese context van de casus. Deze analyse zelf is voornamelijk gebaseerd op de concepten van autonomie en verantwoordelijkheid, beïnvloed door de Westerse filosofie. Het blijkt dat deze aspecten nog niet zichtbaar zijn in de Chinese samenleving, toch zijn deze concepten volgens dit onderzoek veelbelovend voor het vertrouwensherstel.

Er wordt in dit hoofdstuk de volgende onderzoeksvraag gesteld: 'wat zijn de filosofische voorwaarden voor vertrouwen na het melamine schandaal in de Chinese samenleving?'. Allereerst worden de vier kenmerken van vertrouwen voor de consument van de filosoof Meijboom behandeld en toegepast. Daarna wordt nagegaan op welke manier de overheid en melkindustrie betrouwbaar kunnen zijn voor de consument na het melamine schandaal. De voorwaarden voor vertrouwen blijken te liggen in competentie en motivatie van de melkindustrie ten opzichte van de consument.

2.1 Het vertrouwensprobleem van de Chinese consument

Sinds het uitbreken van de voedselschandalen, waaronder het melamine schandaal het meest invloedrijk was, is er sprake van een vertrouwensprobleem in de Chinese samenleving. Dit vertrouwensprobleem zal ik beoordelen volgens de analyse van Meijboom.

2.1.1. Vertrouwen

Meijboom (2008, p. 229) definieert vertrouwens als: "een attitude die een actor heeft ten opzichte van een andere (collectieve) actor, die de 'truster' [begrip uitwerking volgt later] in staat stelt om te gaan met situaties van *onzekerheid* en gebrek aan controle en die gebaseerd is op een *beoordeling* van de betrouwbaarheid van de ander welke resulteert in een positieve *verwachting* ten opzichte van de ander" [mijn cursiveringen].

In deze omschrijving zijn de vier kenmerken die Meijboom bij vertrouwen hanteert duidelijk zichtbaar: onzekerheid, afweging, houding en vrijheid (2008, p. 228). Vertrouwen is relevant omdat er een onzekere situatie is, waarbij een persoon een gebrek aan controle ervaart. Volledige controle is onmogelijk, toch gaat vertrouwen verder dan hoop. Hoop zou betekenen dat het alle kanten nog zou kunnen opgaan, maar vertrouwen betekent dat er wel degelijk een afweging heeft plaatsgevonden of de andere partij te vertrouwen is. Een afweging is geen risicoanalyse, maar een emotionele afweging omdat het mogelijk is dat als de risico's laag zijn de ander toch niet wordt vertrouwd waarbij de emotionaliteit van vertrouwen extra wordt benadrukt. Dit emotionele aspect van vertrouwen komt tot uiting in een houding van positieve verwachtingen die een persoon aanneemt ten opzichte van een persoon die in staat is om te handelen. Bij vertrouwen is er afhankelijkheid van de andere partij, toch heeft de persoon altijd een keuze om te kiezen voor vertrouwen. Want zonder vrijheid is er geen vertrouwen, maar dwang. Daarom is het volgens Meijboom noodzakelijk dat beide partijen autonoom zijn [begrip uitwerking volgt later].

In de filosofie worden deze twee partijen ook wel omschreven als de *truster* en de *trustee*. Zoals eerder gezegd, wordt er nu terugkomen op het begrip *truster*. Meijboom beschrijft de *truster* als diegene die vertrouwt en daarmee afhankelijk is van de *trustee* die wordt vertrouwd (Meijboom, 2008, p. 225). In het melamine schandaal was de consument diegene die de melkindustrie vertrouwde. De consument is daarmee de *truster* en de melkindustrie de *trustee*. De consument bevond zich in een positie van onzekerheid omdat het geen volledige controle had over de voedselveiligheid van de melk, maar door de melk te kopen maakte het een afweging om de melkindustrie te vertrouwen en liet daarmee haar positieve verwachtingen aan de melkindustrie zien. Idealiter gezien had de consument tevens ook in vrijheid gekozen om het melkproductproduct te kopen.

Op basis van deze theoretische omschrijving van vertrouwen, wordt er vervolgd met een analyse van het vertrouwensprobleem in het melamine schandaal op basis van de vier

kenmerken: onzekerheid, afweging, houding en vrijheid. De informatie over de Chinese samenleving komt uit de sociologie. In overleg met mijn begeleider is ervoor gekozen om deze keuze te maken, aangezien filosofie niet zelf de mogelijkheid heeft om deze kennis als discipline te vergaren.

2.1.2. Vertrouwen in het melamine schandaal

De consument bevindt zich allereerst in een onzekere situatie aangezien de voedselketen ver van de consument afstaat. De Utrechtse filosoof Frans Brom (2000, p. 128-129) beschrijft dat de toegenomen afstand tussen de consument en de producent zorgt voor nieuwe gedragspatronen. Door globalisering hebben de meeste consumenten geen direct contact met de boerderijen waar hun voedsel (bijvoorbeeld melk) wordt geproduceerd. De toegenomen fysieke en mentale afstand tussen voedselproductie en consumptie heeft gevolgen voor de opbouw van vertrouwen. Vertrouwen kan niet langer door direct contact ontstaan; zelfs de verkoper heeft geen directe band met de producent. Volgens Brom zorgt de grote afstand tussen consument en producent ervoor dat maakt de consumenten bezorgd zijn en hun vertrouwen in voedselveiligheid laag is. Toegepast op het melamine schandaal is de afstand tussen de boer en de consument ook groot; ook de verkoper van melk heeft geen rechtstreekse relatie met de producent. Terwijl vertrouwen sowieso al een complexe aangelegenheid is, vergroot de aanwezigheid van een schandaal als het melamine schandaal het vertrouwensprobleem onder consumenten. In de filosofie wordt daarom gesproken van responsief vertrouwen. De situatie is zodanig complex dat er geen vertrouwen plaats kan vinden op basis van voorspelbaarheid, maar dat *trustee* extra moet bewijzen dat de *trustor* hem kan vertrouwen. Dit wordt in de volgende paragraaf nader uitgewerkt.

Ten tweede is vertrouwen een emotionele afweging vanuit de consument in de richting een controlerende actor, de overheid. In China is een groot vertrouwen in de overheid en niet in de markt (specifieker: de melkindustrie) of maatschappelijke organisaties (zie verder hoofdstuk 3: sociologie). De overheid stimuleerde dit vertrouwen ook actief door te communiceren dat het een betrouwbare actor was die de voedselveiligheid reguleert en daarmee garandeert. Verderop wordt verder ingegaan op het confucianisme wat een rol speelt in de onderbouwing van dit overheid gebaseerd vertrouwen. Op basis van deze informatie maakte de consument de afweging om de overheid te vertrouwen, maar de

overheid bleek dit vertrouwen niet te kunnen waarmaken. Ook is in het hoofdstuk over sociologie terug te lezen, net zoals Brom argumenteert, dat de voedselketen te complex is om als overheid te kunnen overzien.

Ten derde liet de consument door het kopen van de melk zijn positieve verwachtingen ten aanzien van de veiligheid van de melk zien. De consument had vertrouwen in de overheid die de veilige melk garandeerde, toch is het kopen van melk een uiting van de relatie tussen de melkfabrikant en de consument (met de retailer of supermarkt als facilitator van deze relatie). Er was de positieve verwachting dat deze melk gegarandeerd veilig was, toch was er in 2008 een voedselschandaal met een enorme impact voor de samenleving. De melkfabrikant heeft hiermee gefaald om de positieve verwachting waar te maken in de richting van de consument.

Ten slotte, en ten vierde, volgt de vrijheid van de Chinese consument die er eigenlijk niet is. De markt was niet transparant voor de consument, zo was er bijvoorbeeld geen informatie over de herkomst van de melk en dergelijke (mede ook omdat deze informatie niet beschikbaar was bij de markt zelf; zie verder hoofdstuk 3: sociologie). Omdat transparantie ontbrak, was de consument ook niet in staat om in vrijheid de keuze voor het melkproduct te maken omdat het simpelweg daarvoor de kennis niet tot zijn beschikking had. Toch wil de consument wel graag beschikken over deze informatie. De socioloog Rongduo Liu beschrijft Chinese consumenten met 'High levels of awareness about safe food' (Liu, 2013, p. 99), maar met 'Low knowledge about safe food' (Liu, 2013, p. 99). De vrijheid ontbrak ook vanuit de overheid die de consument niet toestond om maatschappelijke organisaties op te richten. De overheid geeft zichzelf een 'vaderlijke' rol, wat kan worden beschreven als paternalisme, die voor het 'kind', de consument, zal zorgen. Volgens de Chinese politicoloog Joseph Chan kan dit kan worden teruggeleid op het confucianisme waarin de paternalistische vader zorgdraagt voor de kinderen. Het confucianisme geeft deze rol ook aan de overheid (Chan, 2012, p. 225-226). Autonomie en gelijkwaardigheid, waar ik in de volgende paragraaf dieper op in zal gaan, ontbraken daarmee.

2.1.3. Conclusie

Het is duidelijk dat onzekerheid, afweging, verwachting en vrijheid een belangrijke rol spelen in het vertrouwensprobleem in de Chinese samenleving. Nu het vertrouwensprobleem is geschetst is het noodzakelijk om de oplossing voor dit probleem te zoeken. Het ontbreken van vertrouwen is namelijk een ongewenste situatie voor alle actoren. De overheid en markt willen graag vertrouwd worden, terwijl de consument vertrouwen wil hebben in de veiligheid van zijn melkconsumptie. Daarom is het vertrouwensprobleem niet alleen een vraagstuk van de consument, maar ook van de melkindustrie en de overheid. Deze actoren moeten betrouwbaar zijn voor de consument, pas dan kan de consument een afweging tot vertrouwen maken. In het vervolg wordt daarom, in navolging van Meijboom (2008, p. 224-225), het vertrouwensprobleem geanalyseerd als betrouwheidsvraagstuk van alle actoren die een functie vervullen in het web van vertrouwen.

2.2 Betrouwbaarheid van de overheid en melkindustrie

Het vertrouwensprobleem van de consument is dus een betrouwbaarheidsvraagstuk van alle actoren samen. Er moet betrouwbaarheid zijn voor de consument, want anders kan de consument geen vertrouwen geven. Uit de casusanalyse uit de voorgaande paragraaf blijkt duidelijk dat de consument een kwetsbare positie heeft aangezien de voedselketen ver van de consument afstaat, daarom is responsief vertrouwen op basis van transparantie en communicatie van informatie voor de consument noodzakelijk om een afweging te kunnen maken inzake vertrouwen. Op deze manier worden eerlijke verwachtingen gecreëerd op basis van competentie. Deze competentie gaat hand in hand met motivatie om de vrijheid en autonomie van de consument te waarborgen. Om dit vraagstuk verder uit te werken, wordt allereerst de filosofische begrippenlijst verder uitgewerkt, waarna dit wordt toegepast op het betrouwbaarheidsvraagstuk.

2.2.1. Betrouwbaarheid

Om betrouwbaar te zijn als trustee moet er gewerkt worden aan de betrouwbaarheid. Meijboom (2006, p. 439) vult deze betrouwbaarheid in zijn paper over de voedselsector op verschillende manieren in. Er is bij betrouwbaarheid namelijk een verschil tussen responsief

vertrouwen en vooruitlopend vertrouwen, zoals te zien is in figuur 1. In beide situaties is transparantie van cruciaal belang. Indien de situatie voorspelbaar is, is vooruitlopend vertrouwen genoeg. Voorspelbaarheid is van belang als de *trustor* ongeveer weet wat hij kan verwachten. Om als *trustee* betrouwbaar te zijn in een situatie van voorspelbaarheid is het geven van informatie voldoende. Indien de situatie complex is en daarmee niet voorspelbaar, zoals bij responsief vertrouwen, ligt het anders. Eerder is gezegd dat er terug zou worden gekomen op responsief vertrouwen, want hierbij moet de *trustee* namelijk meer moeite doen en de *trustor* van beslissingsinformatie voorzien. Deze beslissingsinformatie gaat over waarden. Als beide partijen zich herkennen in de gezamenlijk waarden, dan is er een extra fundament gelegd onder de betrouwbaarheid. Op deze manier wordt de *trustor* in staat gesteld om een afweging te maken tot vertrouwen (of niet). Ten slotte stelt Meijboom dat er van de *trustee* wordt verwacht om deze transparantie (van beslissingen of informatie) helder te communiceren om zo zijn competentie voor de *trustor* duidelijk te maken.

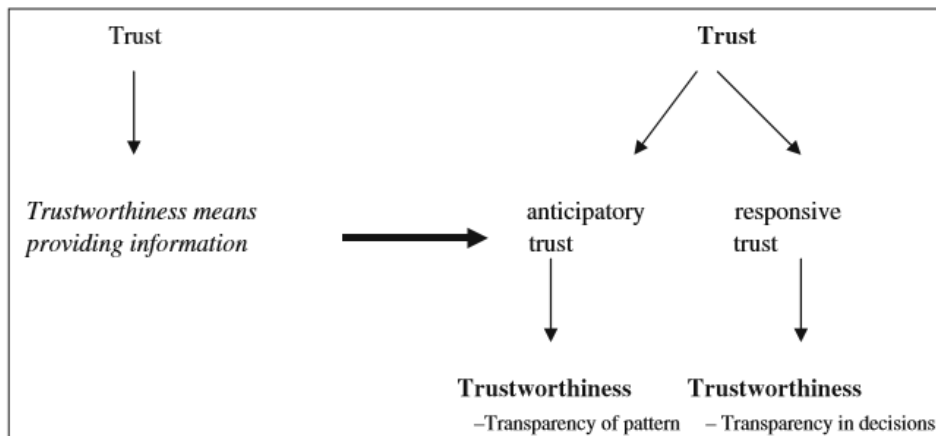


Figure 1. Shift from trustworthiness as providing information to a more multilayered analysis of trustworthiness.

Figuur 1: Betrouwbaarheid: vooruitlopend en responsief vertrouwen (Meijboom, 2006, p. 434).

2.2.2. Verantwoordelijkheid: competentie en motivatie

Deze competentie voor de *trustor* als *trustee* hangt nauw samen met het nemen van verantwoordelijkheid voor de *trustor*, wat is uitgewerkt in figuur 2. Meijboom (2006, p. 438) stelt dat indien de *trustee* alleen gericht is op het navolgen van extern opgelegde eisen (door bijvoorbeeld een overheid) en dus alleen extern gemotiveerd is, we spreken van het nemen van minimale verantwoordelijkheid. Deze motivatie kan ook intrinsiek gemotiveerd zijn, wat het geval is bij ideële verantwoordelijkheid. Hierbij reflecteert de *trustee* op zijn waarden en houding ten opzichte van de *trustor* en zoekt hierbij proactief naar het beste voor de andere partij. De Ierse filosoof Pettit zou dit omschrijven als het vertrouwen-responsiviteitsmechanisme. Vertrouwen is volgens hem een interactie tussen de *trustor* en de *trustee* waarbij de *trustee* het goede zoekt voor de *trustor* (Pettit, 1995, p. 216). De instelling om het beste te zoeken voor de *trustor* reflecteert de motivatie van de *trustee*. Meijboom (2008, p. 231-233) stelt dat op deze manier de *trustor* als autonoom wordt behandeld. Zoals eerder is gezegd, zou er worden teruggekomen op het begrip autonomie. Een autonome persoon heeft de capaciteit om vrij te handelen volgens zijn eigen wil, waarbij het eerder genoemde aspect van vrijheid weer duidelijk naar voren komt. Beide actoren zijn autonoom wat ervoor zorgt dat beide gelijkwaardig zijn en er dus geen misbruik wordt gemaakt van de kwetsbaarheid van de *trustor*. Volgens Meijboom is dus de *trustee*, indien het in staat is om de autonomie van de *trustor* te respecteren, het vertrouwen waard van de *trustor*.

438

FRANCK L. B. MEIJBOOM ET AL.

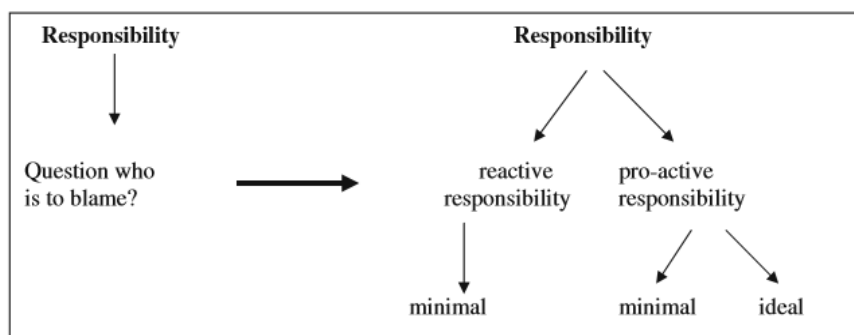


Figure 2. Responsibility shifts to a view where both reactive responsibility and pro-active responsibility are introduced.

Figuur 2. Minimale reactieve verantwoordelijkheid en ideale proactieve verantwoordelijkheid (Meijboom, 2006, p. 438).

2.2.3. *Betrouwbaarheid in het melamine schandaal*

Na deze introductie in de theorie over betrouwbaarheid en verantwoordelijkheid, motivatie en competentie is het van belang deze toe te passen op het melamine schandaal en de consequenties duidelijk te maken voor de partijen in de vertrouwenspraktijk. Onder de *trustee* kunnen we de overheid en melkindustrie scharen, terwijl de voorwaarden voor vertrouwen van de consument al in de eerdere paragraaf is behandeld.

Voor de overheid is het van belang om de minimale verantwoordelijk van de melkindustrie te garanderen. Onder de minimale verantwoordelijk vallen wetgeving en kwaliteitscontroles. Daarmee stimuleert de overheid alleen de reactieve verantwoordelijkheid (zie figuur 2), maar dat is ook het enige wat de overheid kan doen. De confucianistische inslag van de overheid om zorg te dragen voor zijn onderdanen is door een complexe wereld ingehaald. Zoals in de eerste paragraaf is geconstateerd, kan de overheid door de complexiteit en afstand tussen boer en consument niet meer de volledige voedselveiligheid garanderen. Een marktpartij zou idealiter de ideële verantwoordelijkheid op zich nemen, maar de overheid moet de minimale grenzen stellen om misbruik te voorkomen vanuit de markt. Op deze manier stimuleert de overheid de competentie van de markt, zonder het volledig over te nemen.

De markt moet een betrouwbare partner voor de consument worden. Betrouwbaarheid houdt in dit geval in dat de markt transparant is en zijn ideële verantwoordelijkheid neemt. Op deze manier maakt het duidelijk dat het een motivatie en competentie heeft voor de consument. In het geval van het melamine schandaal is de situatie zodanig complex dat de consument van de melkindustrie responsief vertrouwen mag verwachten om zijn onzekerheid te verminderen. Het delen van informatie is daarom belangrijk voor het maken van een afweging door de consument. Dit houdt in dat de markt beslissingsinformatie over zijn waarden deelt met de consument. De melkindustrie is verder proactief in zijn verantwoordelijkheid om het beste te zoeken voor de consument, waardoor het de autonomie van de consument serieus neemt en de consument niet meer wordt bedreigd in zijn vrijheid. Op deze manier wordt de positieve houding van de consument positief beantwoord.

De Wageningse filosoof Michiel Korthals (2001, p. 213-214) heeft in aansluiting op de autonomie van de consument een idee om de 'consumer sovereignty'¹ serieus te nemen. Een gelijkwaardige relatie tussen de consument en melkindustrie zou kunnen worden bereikt door de oprichting van een raad ('*council*') waarin beide partijen *commitment* aangaan. Consumenten zijn autonoom en hebben daarom het recht om betrokken te zijn bij iedere fase van het productieproces. Deze raden moeten toegang hebben tot de nieuwste wetenschappelijke inzichten over volksgezondheid om ethische standaarden wat betreft voedselveiligheid, milieustandaarden, *fair trade* en dergelijke te vastleggen. Door interactie met de consument moet de product zicht krijgen op de houding van consumenten. Producenten moeten informatie geven en consumenten opleiden tot geïnformeerde burgers die op de hoogte zijn van de veiligheid en gebruiksvoorwaarden van hun producten. Consumenten kunnen door hun vraag aan de markt producenten informeren over hun behoeftes. Zo verbindt Korthals alle schakels van de voedselketen met elkaar door de verschillende partijen aan elkaar te committeren.

2.2.3. Conclusie

Betrouwbaar zijn en verantwoordelijkheid nemen, zijn van cruciaal belang om de motivatie en competentie te laten zien als overheid en melkindustrie tegenover de consument. De overheid vervult hierbij een minimale rol, omdat de vertrouwensrelatie zich voornamelijk tussen de consument en de melkfabrikant afspeelt. De melkfabrikant moet hierbij competent en gemotiveerd zijn om betrouwbaar te kunnen zijn voor de consument. Door gelijkwaardige relatie in een raad, is het voor de consument mogelijk om vertrouwen te hebben in de veiligheid van zijn melkconsumptie.

2.3 Conclusie: voorwaarde voor vertrouwen

Vertrouwen is een term die vaak wordt gebruikt zonder dat we precies weten wat het inhoudt. In dit hoofdstuk is geprobeerd het mysterie rondom de term vertrouwen op een filosofische manier te ontrafelen. Allereerst verkeert de consument in een onzekere situatie, weegt vervolgens af of het gaat vertrouwen of niet, neemt na deze beslissing een houding

¹ Ik stel autonomie en soevereiniteit in dit geval aan elkaar gelijk, omdat het beide over onafhankelijkheid gaat.

van positieve verwachtingen aan. Willen we hierbij echt spreken van vertrouwen dan zal dit plaats moeten vinden in vrijheid. Uit de casusanalyse bleek dat de Chinese consument geen vrijheid heeft tot informatievoorziening en dat het vanuit een beschermende vaderlijke rol van de overheid zelf geen inspraak heeft op de voedselveiligheid van zijn consumptie. Daarom stelt de filosoof Korthals voor dat de autonomie van de consument gewaarborgd moet worden in een raad waarbij de consument ook daadwerkelijk inspraak krijgt en de melkindustrie vervolgens een commitment aangaat om het beste te doen voor de consument. Hierbij streeft de melkindustrie naar ideële verantwoordelijkheid. De overheid schept de basisvoorwaarden en de uiterste grenzen als bewaker van de minimale verantwoordelijkheid. Op deze manier kan de consument weer in vrijheid een afweging maken tot vertrouwen, die gebaseerd is op kennis door transparantie vanuit de melkindustrie. Daardoor wordt de positieve houding van de consument beantwoord door de markt, zoals het vertrouwen-responsiviteitsmechanisme van Pettit beschrijft. De voorwaarde voor vertrouwen is daarom dat de melkindustrie het goede gaat zoeken voor de consument. Alleen dan kan de consument beantwoorden met vertrouwen en wordt vertrouwen weer hersteld.

Hoofdstuk 3: Sociologie

Vertrouwen ontstaat volgens de discipline sociologie in alledaagse sociale interactie. Vertrouwen is nodig omdat individuen met onzekerheden moeten kunnen omgaan die andere mensen, technologie en natuur met zich meebrengen. Individuen die een sociale interactie aangaan verwachten van andere mensen 'normale' gedragspatronen en -routines, zodat sociale interactie als vanzelfsprekend kan worden ervaren. Dankzij vanzelfsprekende verwachtingen wordt het alledaagse leven eenvoudiger en is coöperatie onder mensen gemakkelijker. Sociale activiteiten zijn doorgaans sterk geroutineerd en kennen vaste gewoontes en netwerken. Daarom wordt er niet vaak gereflecteerd op vertrouwen en is het vaak onzichtbaar. Alleen wanneer vertrouwen wordt geschonden doordat er niet aan de verwachtingen wordt voldaan ontstaat er verwarring (Zhang, 2015, p. 271).

In dit hoofdstuk wordt er duidelijk gemaakt welke voorwaarden voor vertrouwen in veilige voedselconsumptie er ontbreken bij de Chinese consument. De vraag: 'welke voorwaarden voor vertrouwen ontbreken er voor de Chinese consument na het melamine schandaal?' Ik behandel eerst welke vormen van vertrouwen er zijn. Anthony Giddens onderscheidt gepersonaliseerd vertrouwen en geïnstitutionaliseerd vertrouwen. Binnen geïnstitutionaliseerd vertrouwen onderscheidt Giddens overheid, markt en maatschappij gebaseerd vertrouwen. Eerst volgt er een algemene beschrijving van vertrouwen, maar er wordt vervolgd met de toepassing op veilig voedsel en het melamine schandaal. In welke vorm van vertrouwen (overheid, markt of maatschappij) ging het mis in het melamine schandaal? Er wordt geconcludeerd dat persoonlijk vertrouwen in een complexe voedselketen niet mogelijk en daarom vertrouwd moet worden op geïnstitutionaliseerd vertrouwen. Daarbij blijken overheid gebaseerd vertrouwen, markt gebaseerd vertrouwen en maatschappij gebaseerd vertrouwen allemaal eigen problemen te hebben. Daarom zal in de conclusie voorwaarden voor vertrouwen worden geformuleerd aan de hand van overheid, markt en maatschappij gebaseerd vertrouwen.

3.1 Vertrouwen

Anthony Giddens onderscheidt bij vertrouwen gepersonaliseerd en geïnstitutionaliseerd vertrouwen. Vertrouwen ontstaat in een alledaagse sociale interactie, Giddens omschrijft deze sociale praktijk als het ontmoeten van individuen tussen andere individuen of vertegenwoordigers van een van een institutie waarbij vertrouwen wordt gereproduceerd. Tussen individuen onderling ontstaat gepersonaliseerd vertrouwen, tussen individuen en de vertegenwoordigers van een institutie geïnstitutionaliseerd vertrouwen.

3.2.1. Gepersonaliseerd vertrouwen

Anthony Giddens beschrijft dat gepersonaliseerd vertrouwen zichzelf onderhoudt (1990, p. 80-83). Door het herhalen van een interactie tussen individuen die een emotionele band delen ontstaat vertrouwen. Deze vorm van vertrouwen wordt gereproduceerd door sociale interacties die persoonlijk zijn. Als er bij gepersonaliseerd vertrouwen de vertrouwensrelaties wordt geschonden en de continuïteit van sociale interacties daardoor onder druk komt te staan, rijst de vraag welke actie moet worden ondernomen om het vertrouwen te herstellen.

Persoonlijke vertrouwensrelaties zijn echter in de moderne tijd (in tegenstelling tot de premoderne tijd) door globalisering vaak niet mogelijk, daarom ontstaan veel vertrouwensrelatie via instituties (Giddens, 1990, p. 80-83).

3.2.3. Geïnstitutionaliseerd vertrouwen

Giddens vervolgt met het stellen dat geïnstitutionaliseerd vertrouwen abstract is. Dit vertrouwen ontstaat door interactie tussen leken en vertegenwoordigers van een formele institutie. Deze instituties worden gerepresenteerd door experts die de abstracte principes van de institutie belichamen en het toegangspunt (*access point*) tot de institutie vormen (Giddens, 1990, p. 88). In institutioneel vertrouwen bestaat er geen persoonlijke vertrouwensrelatie, maar wordt het vertrouwen hernieuwd door interactie (*facework*) met

integere experts (Giddens, 1990, p. 80). Möllering stelt verder dat een institutie niet wordt vertrouwd vanwege de basisbeginselen, maar op grond van herhaalde interactie met haar vertegenwoordigers. De institutie functioneert volgens bepaalde normen, waarden en verwachtingen die de vertegenwoordiger representeert. Daarom vervullen deze normen en waarden een belangrijke rol bij geïnstitutionaliseerd vertrouwen. Hoewel vertrouwen ontstaat via de vertegenwoordigers van de institutie, vormen normen en waarden de basis voor deze vertegenwoordigers. Normen en waarden kunnen het controlemechanisme worden genoemd bij geïnstitutionaliseerd vertrouwen. (Möllering, 2005, p. 16-17).

Toch blijft geïnstitutionaliseerd vertrouwen altijd kwetsbaarder dan persoonlijk vertrouwen. Geïnstitutionaliseerd vertrouwen is abstract voor de leek omdat het niet direct met de institutie wordt geconfronteerd. Het vertrouwen dat wordt opgebouwd door interactie met de vertegenwoordigers van de instituties is minder direct als bij persoonlijk vertrouwen, waardoor het kwetsbaarder is voor wantrouwen.

Dit institutionele vertrouwen kan op drie verschillende manier gestalte krijgen. Gebaseerd op maatschappelijke instanties, de markt of de overheid. Hieronder worden alle drie de vormen van vertrouwen kort beschreven in relatie tot veilig voedsel aangezien dit onderzoek betrekking heeft op het melanine schandaal in de melkindustrie.

3.2.3.1. Overheid gebaseerd vertrouwen

Overheid-gebaseerd vertrouwen wordt gekenmerkt door interventie van de nationale en lokale overheid om te voorkomen dat er onveilig voedsel wordt verkocht. Roth beschrijft dat dankzij globalisering is de voedselketen gefragmenteerd en uit de lokale context verdwenen (2008, p. 24). Daardoor is er sprake van meer competitie waardoor de nadruk ligt op lage kosten en effectiviteit wat vraagt om een sterke overheidscontrole (Roth, 2008, p. 24). Kwaliteitseisen, controlesystemen en boetes garanderen de veiligheid van het voedsel van de burger. De overheid neemt door middel van deze maatregelen de verantwoordelijkheid om de burger te beschermen. Het gaat hier om een vorm van vertrouwen die is gebaseerd op de legitimiteit van de staat als beschermer van de burger. Om deze legitimatie en dit vertrouwen te bevorderen kan de overheid wetenschappelijke

onderzoekresultaten toepassen. Een netwerk van burgers, wetenschappers en juridische experts maakt dit vertrouwen mogelijk (Zhang, 2015, p. 271-272).

3.2.3.2. Markt gebaseerd vertrouwen

Markt-gebaseerd vertrouwen is opgekomen door globalisering. Zhang beschrijft hoe voedselvoorziening meer en meer een technische aangelegenheid is geworden en de overheid is niet in staat om alles te controleren (2015, p. 272). Daarom heeft de markt eigen kwaliteits- en veiligheidscontroles geïntroduceerd, zoals eigen labels. De voedselindustrie en de detailhandel worden hierdoor belangrijker in het voedselveiligheidsmanagement. Deze vorm van vertrouwen is flexibeler dan overheids-gebaseerd vertrouwen maar ook complexer, omdat er spanning tussen private en publieke belangen door kan ontstaan. Het gaat hierbij om een combinatie van bedrijven, wetgeving en de macht van leidende bedrijven (Zhang, 2015, p. 272).

3.2.3.3. Maatschappij-gebaseerd vertrouwen

Maatschappij-gebaseerd vertrouwen is pas recent ontstaan door een gebrek aan consumentenvertrouwen in de markt en overheid. Door globalisering kan de overheid de controle van voedsel niet voldoende effectief uitvoeren en de voedselveiligheid niet volledig garanderen (Roth, 2008, p. 35). In reactie hierop hebben NGO's en consumentenorganisaties innovatieve en flexibele tools in werking gesteld die de veiligheid van voedsel moeten garanderen. Voorbeelden hiervan zijn labels, certificaten, consumentengidsen, informatie op internet en informatiecampagnes in de traditionele media. Zo kunnen ze de overheid en de markt aanvullen en vervangen. Vergeleken met de overheid en de markt zijn deze maatschappelijke instanties beter in staat om vertrouwen op te bouwen omdat zij neutraal, geïnformeerd, transparant en communicatievaardig zijn. Daardoor hebben ze een betere reputatie dan de overheid en de markt. Deze vorm van consumentenvertrouwen wordt opgebouwd door ontwikkeling van standaarden, labels, certificaten en innovatieve vormen van informatie-uitwisseling. Een centrale rol is weggelegd voor gemeenschapsorganisaties en NGO's, in samenwerking met certificerings- en accountantskantoren en de media (Zhang, 2015, p. 272).

3.2.2. Conclusie

Vertrouwen kan zowel persoonlijk als institutioneel zijn. Persoonlijk vertrouwen is gebaseerd op een relatie tussen individuen die elkaar kennen, terwijl institutioneel vertrouwen opgebouwd wordt via de vertegenwoordigers van de politiek, markt of maatschappij. Het blijkt dat door de globalisering de overheid niet meer in staat is om volledige garantie van de voedselveiligheid te garanderen. Daarom zijn markt en maatschappij gebaseerd vertrouwen in dit gat gesprongen. De markt heeft hierbij veel kennis, maar is niet volledig onafhankelijk omdat het een winstogmerk heeft. Maatschappij gebaseerd vertrouwen heeft dit mankement niet, maar is daarnaast heel afhankelijk van maatschappelijke participatie en netwerken.

3.3. Waar zit het vertrouwensprobleem in de casus?

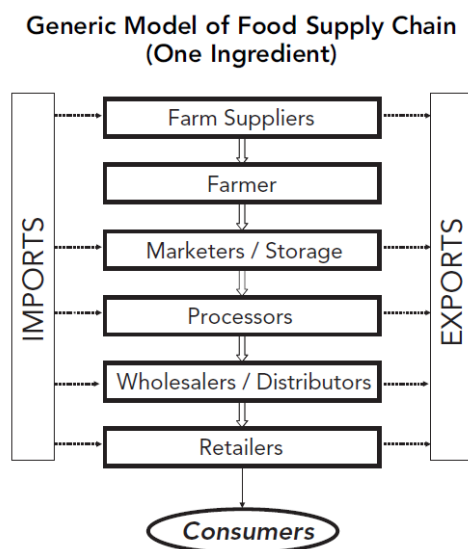
Het is de vraag welke vorm van vertrouwen er is geschaad is door het melamine schandaal. Eerst wordt gekeken of het persoonlijk vertrouwen of geïnstitutionaliseerd vertrouwen is beschadigd, en vervolgens wordt gekeken welke vorm van geïnstitutionaliseerd vertrouwen is beschadigd als blijkt dat persoonlijk vertrouwen niet mogelijk is in melkverwerkingsketen.

3.3.1. Persoonlijk vertrouwen

Persoonlijke informatieoverdracht speelt een belangrijke rol bij het nemen van beslissingen door Chinese consumenten. Liu beschrijft dat Chinese consumenten vaak hun opinie vaak laten afhangen van informatie via persoonlijke relaties. Daarom raad hij aan om via invloedrijke consumenten (beroemdheden e.d.) de opinie van andere consumenten te beïnvloeden. Als voorbeeld noemt hij het massamedia als medium om invloedrijke consumenten hun boodschap te laten verspreiden, bijvoorbeeld dat een (melk)product veilig is (Liu, 2013, p. 102).

Toch is het de vraag of deze persoonlijke vertrouwensrelaties wel kunnen bestaan in de Chinese voedselketen. Volgens Giddens kan dit niet, aangezien de interacties via formele instanties verlopen. De vorm die Liu dat ook beschrijft als 'persoonlijk', is dat in feite niet. De invloedrijke consument wordt door het bedrijf ingezet om zijn boodschap te

verspreiden. Via de massamedia bereikt deze persoonlijke boodschap de individuele consument. Met persoonlijk vertrouwen bedoelt Giddens dan ook vertrouwen dat direct via de boer, melkverwerker en retailer naar de consument toekomt zoals te zien is in figuur 1. De consument kent en vertrouwt de boer, melkverwerker en retailer. Vroeger was de voedselketen lokaal gesitueerd, maar de globale voedselcompetitie hebben deze lokale persoonlijke relaties veranderd, zo schrijft Roth (2008, p. 24). Ook de Chinese melkketen is erg geglobaliseerd. Bijna 50 procent van de productie wordt geëxporteerd en sinds de 90's de belangrijke namen in de melkindustrie zijn ook gevestigd in China (waaronder Danone, FrieslandCampina en Nestle) (Pei, 2008, p. 413). Door de complexiteit van de voedselketen (welke versimpeld is weergegeven in figuur 1) is het voor een consument niet meer mogelijk om persoonlijke relaties op te bouwen omdat er teveel actoren zijn.



Figuur 1: Algemeen model van de voedselketen (van een ingrediënt) (Roth, 2008, p. 24).

3.3.2. Geïstitutionaliseerd vertrouwen

Er kon bij het melamine schandaal geen sprake zijn van persoonlijk vertrouwen, maar wel van geïstitutionaliseerd vertrouwen met instanties in de melkverwerkingsketen. Aan de hand van overheid, markt en maatschappij gebaseerd vertrouwen wordt geanalyseerd waar het vertrouwensprobleem zich in het melamine schandaal zich heeft afgespeeld.

3.3.2.1. Overheid gebaseerd vertrouwen

De Chinese consument heeft een groot vertrouwen in de overheid. De overheid wordt in China daarom als meest betrouwbare bron van informatie over veilig voedsel wordt gezien – dit in tegenstelling tot Europa (Mol, 2014, p. 54). In China kan daarom gesproken worden van geïnstitutionaliseerd op de overheid gebaseerd vertrouwen – in tegenstelling tot het markt-gebaseerd of samenleving-gebaseerd vertrouwen dat in Europa de boventoon voert (Zhang, 2015, p. 278).

Hoewel de Chinese consument een groot vertrouwen heeft in de overheid, gaat er bij de overheid veel mis. Mol beschrijft dat de verwevenheid tussen de overheid en de markt te groot is. Mol voorspelt verder op basis van onderzoek van He et al. 2012 en Sun & Wang 2012 dat het vertrouwen in de overheid door corruptie, misbruik van privileges, geheimhouding van informatie en slechte rechtshandhaving snel zal afnemen (Mol, 2014, p. 54). Het melamine schandaal maakt verder duidelijk dat de overheid niet in staat is geweest om dit voedselschandaal te voorkomen.

Pei beschrijft verder dat veel melkverwerkingsfabrikanten staatsbedrijven zijn of waren. Deze (staats)bedrijven kregen het vertrouwen van de Chinese overheid om zonder controles, op basis van het vertrouwen, de melk te verwerken. (Pei, 2011, p. 415). Verder maakte het melamine schandaal duidelijk dat de wetgeving aan revisie toe (die er inmiddels wel is) is en de officiële controles onder ontwikkeld zijn (Pei, 2011, p. 419). Door het melamine schandaal is het overheid gebaseerd vertrouwen duidelijk beschadigd omdat de overheid niet in staat was het voedselschandaal te voorkomen en omdat zelfs overheidsinstanties de oorzaak waren van het melamine schandaal.

3.3.2.2. Markt gebaseerd vertrouwen

Markt gebaseerd vertrouwen hangt in China nauw samen met overheid gebaseerd vertrouwen. Dit vertrouwen is beschaamd gebleken. De Chinese melkindustrie heeft zijn taak om de voedselveiligheid te garanderen niet waargemaakt. Dit komt doordat de Chinese voedselketen wordt gekenmerkt door een weinig aandacht voor kwaliteitsmanagement en daarmee komt veilig voedsel in gevaar (Roth, 2008, p. 31-35).

Volgens Roth bestaat het voedselketenkwaliteitsmanagement uit zes T's: traceerbaarheid, transparantie, tijd, testbaarheid 'trust' (vertrouwen) en training. In Figuur 2 is te zien hoe deze elementen samen bijdragen aan een kwaliteitsproduct. Traceerbaarheid en transparantie vormen de robuuste factoren achter een kwalitatief product, waaronder veiligheid valt. Tijd en testbaarheid zijn de complicerende factoren voor een kwalitatief product. Ten slotte zijn training en vertrouwen (*trust*) de factoren die het kwalitatieve product mogelijk maken. Alle de zes T's zijn daarmee cruciaal voor het algemeen welzijn omdat ze zorg dragen voor een kwalitatief hoogstaande, en daarmee veilige, voedselketen. (Roth, 2008, p. 31).



Figuur 2: De 6 T's van een kwalitatief hoogstaande voedselleveringsketen (Roth, 2008, p. 24).

Voor de robuuste factoren traceerbaarheid en transparantie is er in de Chinese voedselketen weinig aandacht. Volgens Pei wist de melkfabrikant niet waar de melk precies vandaan kwam (Pei, 2011, p. 419). Verder was ook de transparantie laag. De voedselketen is gefragmenteerd, boeren worden contant betaald en gebrek aan informatietechnologie creëert mogelijkheden voor opportunistisch gedrag (Roth, 2008, p. 32).

Testbaarheid en tijd zijn de complicerende factoren. Testbaarheid van een voedselproduct is van het belang in het melamine schandaal. Het melamine verdoezelde het lagere gehalte

aan eiwitten wat daardoor niet in testen werd opgemerkt. Daarom is het van het belang het officiële testsysteem te verbeteren in China. Dit wordt bemoeilijkt doordat er niet veel laboratoriummedewerkers zijn in China (Pei, 2011, p. 413). Tijd was daarnaast ook een van de complicerende factoren in het melamine schandaal. Er zat veel tijd tussen de ontdekking van het melamine schandaal en de publieke bekendmaking ervan (Roth, 2008, p. 33).

Ten slotte zijn training en vertrouwen de mogelijk makende factoren van een veilig (melk) voedselproduct. China boeren zijn slecht getraind en wisten niet dat de toevoeging van melamine schadelijk was voor de gezondheid van mens en dier (Roth, 2008, p. 34). In de inleiding is verder al geconcludeerd dat vertrouwen in veilig voedsel laag is (Liu, 2014, p. 291). Roth plaatst vertrouwen als onderdeel van de voedselketen kwaliteitsmanagement, terwijl deze een aparte plek verdient. Het wekken van vertrouwen is een belangrijke zaak wanneer traceerbaarheid en transparantie moeilijk te realiseren zijn. Daarnaast is vertrouwen is van doorslaggevende betekenis in de voedselketen omdat volledig testen onmogelijk is. Training kan altijd worden toegepast, maar vertrouwen is iets wat er moet zijn. Vertrouwen is een sociale praktijk die gereproduceerd wordt door interpersoonlijk contact of met de vertegenwoordigers van de institutie. Dan moet er een 'gevoel' van vertrouwen zijn. Daarom zou ik vertrouwen als een aparte plek willen geven in het voedselketen kwaliteitsmanagement in tegenstelling tot Roth die het een onderdeel noemt.

Als conclusie over markt gebaseerd vertrouwen kan er gesteld worden dat de consument al niet veel vertrouwen had in de (melk verwerkende) markt, daarmee kon vertrouwen ook niet heel erg beschadigd worden. Er is China geen sprake van een groot vertrouwen in de markt of maatschappij, zoals eerder geconcludeerd, dit vertrouwen is er wel in de overheid (Zhang, 2015, p. 278). Omdat er niet veel vertrouwen was in de markt, is dit niet veranderd, er is eerder bevestigd dat de markt het vertrouwen niet waard is.

3.3.2.3. Maatschappij gebaseerd vertrouwen

In China is er geen sprake van maatschappij gebaseerd vertrouwen. Dit komt doordat NGO's en consumentenorganisaties niet of nauwelijks in China zijn ontwikkeld (Zhang, 2015, p. 276). Mol stelt daarom dat de 'publieke transparantie' niet ontwikkeld is. Dit komt

volgens de onderzoekers doordat er geen onafhankelijke NGO's zijn, de restricties die de media zijn opgelegd en de verwevenheid tussen de overheid en de voedselketen (Mol, 2014, p. 53-55).

Aangezien er in China geen sprake (kan zijn) van maatschappij gebaseerd vertrouwen, kan dit vertrouwen in het melamine schandaal ook niet beschadigd zijn. Zhang noemt echter wel het potentieel dat deze vorm van vertrouwen kan hebben. Samen met markt gebaseerd vertrouwen en overheid gebaseerd vertrouwen, kan maatschappij vertrouwen ervoor zorgen dat het vertrouwen hersteld wordt in de Chinese samenleving (Zhang, 2015, p. 278).

3.3.3. Conclusie

Persoonlijk vertrouwen was in het Chinese melkindustrie niet mogelijk, het institutionele vertrouwen is daarom beschadigd. De Chinese markt functioneerde niet naar behoren, maar het vertrouwen in de markt is in China niet groot, wat ervoor gezorgd heeft dat deze vorm van vertrouwen eerder bevestigd is in het niet vertrouwen ervan. Dit geldt wel voor het vertrouwen dat er is of was in de overheid. De overheid heeft het vertrouwen niet kunnen waarmaken tegenover de samenleving. Maatschappelijk vertrouwen is in China niet mogelijk. Individuele organisaties hadden niet genoeg informatie en kennis om zich te kunnen organiseren. Zhang oppert het potentieel van maatschappij gebaseerd vertrouwen in relatie met overheid gebaseerd vertrouwen en markt gebaseerd vertrouwen in het herstel van vertrouwen in China na het melamine schandaal. Er moet dus gezocht worden in een combinatie van de drie vormen van institutioneel vertrouwen voor vertrouwensherstel. Maatschappij gebaseerd vertrouwen heeft hierbij een groot potentieel aangezien deze vorm van vertrouwen nieuw zou zijn voor de Chinese samenleving.

3.4 Conclusie

In dit hoofdstuk is een sociologisch antwoord gegeven op de vraag welke voorwaarden voor vertrouwensherstel er ontbreken in de Chinese samenleving na het melamine schandaal. Allereerst is er behandeld dat vertrouwen zowel persoonlijk als via instituties kan ontstaan. Anthony Giddens argumenteert dat in de moderne samenleving er nauwelijks meer sprake is van persoonlijk vertrouwen via interpersoonlijke relaties. Ten tweede is er daarom geconcludeerd dat in het geval van het melamine schandaal het institutionele vertrouwen is

beschadigd. Hierbij zijn de drie vormen van geïnstitutionaliseerd vertrouwen langsgedaan. Overheid gebaseerd vertrouwen is beschadigd aangezien er bij de overheid veel misgaat als het gaat over officiële controles en wetgeving. Er is in China een geen groot vertrouwen in de markt en dat is extra bevestigd door het melamine schandaal. Maatschappij gebaseerd vertrouwen kan door het gebrek aan vrijheid niet bestaan in China. Toch zou dat laatste interessant kunnen zijn voor de opbouw van vertrouwen.

Ik zou willen concluderen dat een van de voorwaarden voor vertrouwen in de Chinese samenleving is dat de overheid moet erkennen dat zij haar originele taak als waarborger van voedselveiligheid niet langer kan garanderen, daarom moet zij ruimte bieden aan maatschappij gebaseerd vertrouwen. Dat zal ook haar vertrouwen ten goede komen, aangezien de overheid haar taak nu simpelweg niet kan vervullen doordat deze te complex is.

Naast de afnemende rol van de overheid in China, moet ook de markt haar verantwoordelijkheid nemen om zichzelf als vertrouwenswaardige partner op te stellen. De robuuste, complexe en mogelijk makende factoren moet de markt aanpakken en hiermee de consument opnieuw vertrouwen geven. Omdat volledige transparantie, traceerbaarheid, tijd, testbaarheid en training niet mogelijk is, is vertrouwen ontbeerlijk.

Marktvertrouwen moet worden opgebouwd, net zoals het maatschappij gebaseerd vertrouwen. NGO's en consumentenorganisaties zijn, zoals in paragraaf 3.2.3. is geconcludeerd, neutraal, transparant en communicatievaardig. Helaas zijn maatschappelijke organisaties in China nog niet geïnformeerd, want maatschappelijke organisaties kunnen verschillende actoren met elkaar verbinden doordat ze een rol spelen in diverse lagen van de bevolking. Op deze manier kunnen ze een persoonlijkere relatie aangaan, dit in tegenstelling tot de markt die geglobaliseerd is. Ze hebben een groot voordeel ten opzichte van de markt die een winstbelang heeft en ten opzichte van de overheid die een veilige voedselketen niet meer kan garanderen door de complexiteit ervan.

Als aan de voorwaarden van overheid, markt en maatschappij gebaseerd vertrouwen wordt voldaan kan de Chinese consument weer vertrouwen hebben in veilig voedsel na het

melamine schandaal. Er moet dus niet worden gefocust op één institutie voor vertrouwensherstel, maar het gaat om de dynamiek tussen deze instituties om consumenten weer vertrouwen in de Chinese melk te laten hebben. Daarbij zou maatschappij gebaseerd vertrouwen als nieuwkomer in de Chinese samenleving veel potentieel kunnen hebben om vertrouwen te herstellen.

Hoofdstuk 4: Integratie Filosofie & Sociologie

De voorgaande hoofdstukken hebben de situatie rondom het melamine voedselschandaal in China belicht vanuit verschillende perspectieven. Filosofie deed dit vooral op een analytische manier, terwijl sociologie de samenleving empirisch onderzoekt. Filosofie geeft heel duidelijk een waardeoordeel, terwijl sociologie beschrijft wat het observeert in de samenleving, maar heeft daar geen waardeoordeel over. In een meta analyse kan daarom gesteld worden dat er sprake is van een conflict tussen beide disciplines.

Er is een fundamenteel verschil geconstateerd tussen de disciplines filosofie en sociologie, toch zal er op het gebied van het onderwerp een integratie plaatsvinden. Bij deze integratie wordt gebruik gemaakt van methode van interdisciplinaire integratie door Repko (2012). Hoewel er op meta niveau een verschil tussen disciplines kan bestaan, is het volgens Repko toch mogelijk om inzichten te integreren. Hierbij wordt dus gefocust op onderwerpen en niet op het integreren van de gehele discipline (Repko, 2012, p. 383).

In dit hoofdstuk zal een geïntegreerde conclusie worden gegeven, volgens de methode van Repko ook wel de *more comprehensive understanding* genoemd. Eerst zullen de belangrijkste disciplinaire inzichten worden herhaald, om vervolgens met behulp van de technieken die worden aangeboden in de methode van Repko tot *common ground* te komen. Op basis van deze *common ground* zal de integratie plaatsvinden die leidt tot de *more comprehensive understanding*. Deze zal antwoord geven op de hoofdvraag: Wat zijn de voorwaarden voor vertrouwensherstel in voedselveiligheid van de Chinese consument na het melkpoederschandaal uit 2008?

4.1 Disciplinaire inzichten

De belangrijkste inzichten per discipline worden opnieuw opgesomd. Volgens de filosofie is het vertrouwensprobleem een betrouwbaarheidsvraagstuk van de melkindustrie en de consument. De overheid wil alle controle garanderen als confuciaanse heerser, maar kan dit niet door de globalisering en de afstandelijke voedselketen die is gecreëerd. Daarom moet zij als wetgever de minimale verantwoordelijk garanderen voor de consument. Daarom speelt vertrouwen in de voedselveiligheid zich vooral af tussen de consument en de melkproducent. De melkproducent moet het intrinsieke verlangen hebben om het beste voor de consument te zoeken. Het moet de consument daarom als gelijkwaardig en

autonoom zien. De consument kan vervolgens in vrijheid afwegen om aan dit verzoek tot vertrouwen te willen voldoen. Als de consument genoeg informatie heeft over de competentie (transparantie) en motivatie (erkennen van gelijkwaardigheid), kan het deze beslissing maken. Transparantie over onderliggende waarden van de melkproducent en communicatie van deze waarden zijn daarom cruciaal. Daarmee is vertrouwen een vertrouwen-responsiviteitsmechanisme waarin een reactiemechanisme tussen de *trustor* en de *trustee* zichtbaar is, waarbij de *trustee* alles doet wat in zijn vermogen ligt om zorg te dragen voor de kwetsbare *trustor*.

Sociologie schetst vervolgens hoe de Chinese samenleving functioneert. Omdat persoonlijke relaties in de globale voedselketen niet meer mogelijk zijn, moet er vertrouwd worden in de institutionele context. Daarbinnen wordt vertrouwen gereproduceerd door de vertegenwoordigers van een institutie. Bij de instituties worden overheid, markt en maatschappij onderscheiden. Dankzij vanzelfsprekende verwachtingen wordt er niet over vertrouwen gereflecteerd, maar dit gebeurt wel als het vertrouwen is geschonden. Dit is ook gebeurd na het melamine schandaal. De overheid geniet een groot vertrouwen, maar is niet in staat dit vertrouwen te beantwoorden. De markt heeft geen uitgangspositie van vertrouwen, maar markt faalt vervolgens ook doordat er een melamine schandaal is. Maatschappij gebaseerd vertrouwen bestaat niet in China, maar zou samen met een goed functionerende markt vertrouwen kunnen genereren.

Filosofie heeft dus als focus het betrouwbaarheidsvraagstuk, hoe wordt een actor betrouwbaar en hoe zou vertrouwen idealiter ontstaan. Sociologie vult aan hoe de Chinese samenleving functioneert met het overheid, markt en maatschappij gebaseerd vertrouwen en hoe het melamine schandaal ontstond nu er terug wordt gereflecteerd op de reproductie van sociale interactie. Terwijl filosofie het ontstaan van vertrouwen analyseert, of ook wel de afweging tot vertrouwen, observeert sociologie als er al sprake is van vertrouwen. Deze twee kanten van de medaille 'vertrouwen' hebben potentie om tot een waardevolle integratie te komen.

4.2 Common ground

Na deze korte samenvatting volgt nu de stap van het creëren van *common ground* tussen de beide disciplines. Er wordt gezocht naar overeenkomsten, verschillen en conflicten tussen

de inzichten, vervolgens worden deze conflicten en verschillen herdefinieert, georganiseerd, getransformeerd of er wordt extensie toegepast.

Tussen beide disciplines zijn veel overeenkomst waar te nemen. Er is allereerst sprake van een vertrouwensprobleem. Dit is sociologisch meetbaar, en er is dan ook geconstateerd dat overheid, markt en maatschappij gebaseerd vertrouwen zijn beschadigd. Ook filosofisch is het schandaal een uiting van een vertrouwensprobleem, al wordt dit door Meijboom bij voorkeur aangeduid als een betrouwbaarheidsvraagstuk. De markt en de overheid willen vertrouwd worden door de consument, maar dit is niet het geval meer na het schandaal. Daarom wordt er een oplossing gezocht bij de verschillende actoren: overheid, melkindustrie en consument.

Beide discipline constateren dat er een minimale rol voor de overheid weggelegd na het melamine schandaal. De voedselketen is te complex in een tijdperk van globalisering, vandaar dat zij niet in staat is om volledige voedselveiligheid te garanderen.

Daarnaast vinden beide disciplines dat de melkindustrie zijn best moet doen voor de Chinese consument en daarin ernstig tekortschoot. Sociologie constateert dat het kwaliteitsmanagement van de voedselketen in de Chinese melkindustrie niet op orde is en daarom moet er aan traceerbaarheid, transparantie, tijd, testbaarheid *trust* (vertrouwen) en training gewerkt worden. Filosofie stelt aan de hand van het vertrouwen-responsiviteitsmechanisme dat de Chinese melkindustrie eerst het betrouwbaar moet zijn voor de consument, pas daarna kan de consument vertrouwen hebben. Het schandaal liet zien dat dit mechanisme niet juist functioneerde.

Ten slotte analyseren beide disciplines een gebrek aan vrijheid voor de Chinese consument. Sociologie stelt dat maatschappij gebaseerd vertrouwen niet wordt toegestaan in de Chinese samenleving en dat consumenten niet vrij om zich te organiseren in maatschappelijke organisaties, om op deze manier hun wensen richting de markt te uiten. Filosofie sluit hierbij aan door te stellen dat de consument soeverein is en daarom de mogelijkheid moet hebben om in een raad zijn wensen richting de markt kenbaar te maken. De melkindustrie moet vervolgens commitment beloven aan de consument. Ook bij filosofie wordt gesteld dat er nu nog geen vertrouwen kan plaatsvinden in China, aangezien aan de voorwaarde van vrijheid nog niet is voldaan.

Tot zover de overeenkomsten en de inzichten die elkaar aanvullen uit beide disciplines, toch zijn er ook verschillen en conflicten waar te nemen. Dit is het verschil in omgang met het vertrouwensprobleem. Terwijl filosofie maant tot een actieve reflectie voordat een *trustor* overgaat tot vertrouwen, neemt sociologie een meer passieve houding aan en reflecteert na het schandaal wat er precies is misgegaan.

Beide disciplines hebben daarom ook een andere definitie van vertrouwen. Voor filosofie start vertrouwen met de beste intentie van de melkindustrie voor de consument, dit wordt transparant gecommuniceerd, waarna de consument overgaat tot een afweging tot vertrouwen. Na een voedselschandaal moet de melkfabrikant dan weer het beste gaat doen voor de consument en zijn verantwoordelijkheid nemen. Dan kan de consument weer overgaan tot keuze voor vertrouwen. Sociologie daarentegen neemt vertrouwen aan als 'vanzelfsprekend', aangezien sociale activiteiten doorgaans sterk geroutineerd zijn en vaste gewoontes en netwerken kennen. Daarom wordt er niet vaak gereflecteerd op vertrouwen en is het vaak onzichtbaar. Alleen wanneer vertrouwen wordt geschonden doordat er niet aan de verwachtingen wordt voldaan ontstaat er verwarring (Zhang, 2015, p. 271). Bij deze reflectie kunnen er aanpassingen gedaan worden en kan vertrouwen daarna weer als vanzelfsprekend worden ervaren.

Het is duidelijk dat vertrouwen bij filosofie is gebaseerd op een beoordeling vooraf en er bij sociologie achteraf wordt gereflecteerd. Deze verschillende omgang met vertrouwen kan worden weergegeven voor elk van de disciplines in verschillende stappen. Deze zijn hieronder overzichtelijk in tabellen weergegeven, waarbij de laatste stap weer bij de eerste stap uit zou moeten komen.

Melkfabrikant wil het beste voor de consument (neemt ideële verantwoordelijkheid)	Melkfabrikant communiceert waarden van zijn beslissingen (transparantie)	Consument beoordeeld of de melkindustrie het vertrouwen waard is.	Consument vertrouwt.	Er is een voedselschandaal.
---	--	---	----------------------	-----------------------------

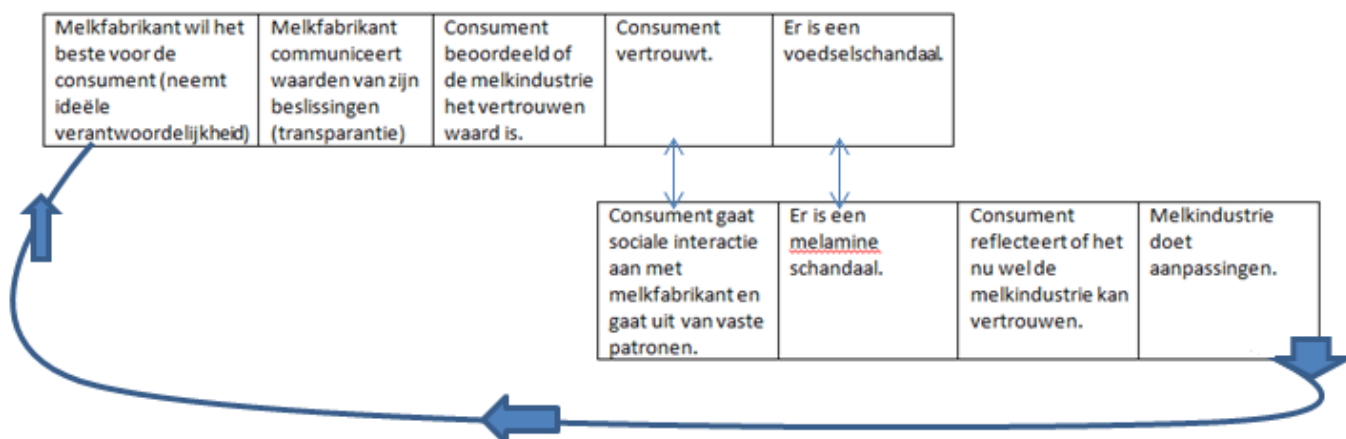
Tabel 1. Filosofie.

Consument gaat sociale interactie aan met melkfabrikant en gaat uit van vaste patronen.	Er is een melamine schandaal.	Consument reflecteert of het nu wel de melkindustrie kan vertrouwen.	Melkindustrie doet aanpassingen.
---	-------------------------------	--	----------------------------------

Tabel 2. Sociologie.

Het verschil in conceptuitleg van vertrouwen betreft een conflict op conceptueel niveau, waarvoor Repko (2012) vier technieken heeft om te zoeken naar *common ground*. Hij onderscheidt hierbij herdefinitie, extensie, organisatie en transformatie. Herdefinitie wordt gebruikt als er geen echt conflict is tussen de inzichten, maar dat de overeenkomsten niet zichtbaar zijn vanwege het gebruik van een verschillende terminologie. Extensie wordt gebruikt als een concept kan worden toegepast in een andere discipline, om daar ook de lading te dekken. Organisatie wordt gebruikt wanneer inzichten kunnen worden geordend zodat relaties ertussen zichtbaar worden. Tot slot wordt transformatie gebruikt als concepten recht tegenover elkaar staan en ze als elkaars uitersten beschouwd moeten worden (Repko, 2012, 335-347).

Voor dit onderzoek wordt er gebruik gemaakt van de techniek organisatie. In de woorden van Rick Szostak: 'What we tend to adress with organization is the type of assumption that limits the phenomena engaged by a particular discipline by stressing the influence of other phenomena.' (Repko, 2012, p. 346). In dit geval betreft het de rationaliteit van de filosofie met de empirische opvattingen van de sociologie. Beide zienswijzen vullen elkaar aan het gaat om het concept vertrouwen.



Tabel 3. Vertrouwen na het melamine schandaal na toepassing organisatie.

In tabel 3 is het resultaat naar aanleiding van organisatie waar te nemen. Het wordt duidelijk dat vertrouwen voor en na het melamine schandaal meer schakels kent dan de individuele disciplines vooraf duidelijk maakten. Allereerst is het de melkfabrikant die start met een ideële verantwoordelijkheid voor de consument. Hij wil het beste voor de consument omdat deze zich in een afhankelijke positie bevindt. De melkfabrikant communiceert deze waarden en is transparant over alles wat de consument nodig heeft om te vertrouwen in een onzekere situatie van een globale melkverwerkingsketen en een toegenomen afstand tussen de boer en de consument. Vervolgens maakt de consument op basis van de gegeven informatie een emotionele afweging of de melkfabrikant zijn vertrouwen waard is. Als er sprake is van positieve verwachtingen dan is er vertrouwen. Daarom is er een overeenkomst met de consument die een sociale interactie aangaat met de melkfabrikant omdat hij een bepaald patroon verwacht. Dit patroon is al eerder gecommuniceerd door de melkfabrikant. Vervolgens doet zich er een schandaal voor. De melk die de consument had geconsumeerd bleek giftig te zijn. De consument keert tot zichzelf en vraagt zich af of de melkfabrikant wel degelijk te vertrouwen was. We gaan ervan uit dat we hier te maken hebben met een integere melkfabrikant die vervolgens aanpassingen gaan doen en zijn ideële verantwoordelijkheid opnieuw neemt. Dan kan de consument weer een afweging tot vertrouwen maken en wordt hopelijk wordt dit vertrouwen dan niet weer beschaamd.

De *common ground* is dus gevonden in een organisatie van het concept vertrouwen waarbij filosofie en sociologie elkaar rationeel en empirisch aanvullen. De werkelijkheid is niet alleen empirisch, maar ook niet geheel rationeel. De organisatie die is toegepast blijkt de werkelijkheid te vertegenwoordigen.

4.3 More comprehensive understanding

De laatste stap is de disciplinaire inzichten met elkaar integreren tot een nieuw en dieper inzicht in de hoofdvraag, wat Repko (2012, 382) de *more comprehensive understanding* noemt. De hoofdvraag die ik in deze scriptie heb behandeld en heb geprobeerd te beantwoorden is de volgende: Wat zijn de voorwaarden voor vertrouwensherstel in voedselveiligheid van de Chinese consument na het melkpoederschandaal uit 2008?

Allereest is gebleken dat vertrouwensherstel om te beginnen een betrouwbaarheidsvraagstuk is. De consument wil vertrouwen in een betrouwbare melkfabrikant die de voedselveiligheid van de melk kan garanderen. En in een overheid die niet meer betrouwbaarheid communiceert dan er waargemaakt kan worden. Pas als aan de voorwaarde van betrouwbaarheid is voldaan, in zowel transparantie van waarden en met ideële verantwoordelijk, kan de consument actief kiezen voor vertrouwen. Sociologie laat niet zien dat deze reflectie ook vooraf plaatsvindt, maar biedt in tegenstelling tot filosofie weer de inzichten die nodig zijn om te zien welke aanpassingen er op dit moment moeten plaatsvinden wil de melkfabrikant weer een betrouwbare actor zijn.

De melkfabrikant moet werken aan de voedselveiligheidsketen om te kunnen laten zien dat het een betrouwbare partner voor de consument kan zijn. Er is duidelijk gemaakt dat de melkfabrikant moet werken aan transparantie, traceerbaarheid, tijd, testbaarheid, *trust* (vertrouwen) en training. Transparantie over waarden wordt gedeeld met filosofie, aangezien de consument anders geen onderbouwde keuze kan maken. Traceerbaarheid van de melk is van belang om te kunnen traceren waar problemen vandaan komen, en vervolgens snel (factor: tijd) actie te ondernemen bij incidenten. Het vergroten van de testbaarheid van de melk is noodzakelijk om eventuele afwijkingen snel te kunnen opsporen en daar dan dus weer snel naar te kunnen handelen. Het trainen van boeren is van belang zodat boeren weten welke risico's bepaald soort voer en dergelijke met zich meebrengen (melamine werd namelijk ook toegevoegd aan het veevoer). Het nemen van ideële verantwoordelijkheid als het gaat om deze zes punten is cruciaal om als melkfabrikant betrouwbaar te zijn zodat de consument weer vertrouwen kan hebben.

Om deze afweging naar vertrouwen bij de consument eenvoudiger te laten verlopen maakt sociologie duidelijk dat de voedselketen dichterbij de consument moet komen te staan. In deze moderne samenleving vinden veel vertrouwensrelaties plaat met vertegenwoordigers

van instituties, in plaats van via persoonlijke relaties. Dit geïnstitutionaliseerd gebaseerd vertrouwen is abstract en minder stabiel dan vertrouwen dat wordt gereproduceerd via persoonlijke relaties. Daarom stelt Korthals dat de consument zich moet kunnen uitspreken in een raad dat gevormd wordt tussen de consument en de melkfabrikant. Op deze manier komt de voedselketen weer dichterbij de consument te staan.

Deze raad is ook relevant voor de uitwisseling van normen, waarden en verwachtingen. Institutioneel vertrouwen wordt gereproduceerd via de vertegenwoordigers van een institutie die functioneert volgens de normen en waarden van de institutie. Communicatie over deze normen en waarden kan gebaseerd zijn op aannames omdat er geen duidelijke communicatie vooraf heeft plaatsgevonden of de communicatie schiep geen eerlijke verwachtingen. Daarom stelt de discipline filosofie als voorwaarde dat de communicatie moet plaatsvinden vanuit een ideëel gemotiveerde *trustee* die het beste zoekt voor de consument. In een raad kan de consument als autonome actor op gelijkwaardig niveau met de melkindustrie praten en zijn verwachtingen uiten.

Op dit moment ontbreekt de gelijkwaardigheid tussen de consument en de melkfabrikant om de raad goed te kunnen laten functioneren. Het is van belang dat de consument toegang heeft tot kennis en verder moet de consument de vrijheid hebben om zich te verenigen en zich te laten vertegenwoordigen in maatschappelijke organisaties. Die vrijheid is er op dit moment nog niet, maar door deze vrijheid als overheid aan de consument te geven, zal de consument gelijkwaardig kunnen worden waardoor er geen misbruik meer van de afhankelijke positie van de consument gemaakt zal kunnen worden. De empirische werkelijkheid is waarschijnlijk complexer dan dit rationele gegeven, maar het laat wel degelijk zien dat er een belangrijk voorwaarde voor vertrouwen in de Chinese samenleving ontbreekt.

Op basis van deze integratie wordt het antwoordt op de hoofdvraag geformuleerd aan de hand van het vaststellen van de voorwaarden voor vertrouwen. Zowel de overheid, melkindustrie en de consument hebben elk hun eigen taken om vertrouwen te laten ontstaan en te reproduceren.

- De Chinese overheid beperkt zich tot het garanderen van de minimale verantwoordelijkheid en niet meer tot volledige garantie van veilige melk, want het vertrouwen dat hiermee werd gewekt was onterecht omdat het niet kon worden waargemaakt.
- Daarom moet de overheid de consument vrijheid geven tot informatie en vereniging. De overheid kan niet als confuciaanse vader meer waken over zijn onderdanen, vandaar dat de consument deze vrijheid nodig heeft.
- De Chinese melkindustrie moet zijn ideële verantwoordelijkheid nemen en is dus intrinsiek gemotiveerd voor de consument. Dit houdt onder andere in dat het kwaliteitsmanagement wordt geoptimaliseerd.
- Daarna verleent de melkindustrie transparant de informatie over de beslissingen die zijn gemaakt, zowel over waarden als over verwachtingen.
- Ook betreft de melkindustrie de consument in zijn beslissingen. De consument is gelijkwaardig aan de melkindustrie en mag daarom zijn wensen en verwachtingen uiten in een raad en de intrinsiek gemotiveerde melkindustrie committeert zich aan de uitkomsten hiervan.
- De Chinese consument krijgt informatie en vrijheid en kan op basis hiervan overgaan tot vertrouwen. Tegelijkertijd reproduceert de consument vertrouwen in sociale relaties, maar blijft zichzelf altijd afvragen of dit vertrouwen terecht is.

Hoofdstuk 5: Conclusie en actiehorizon

Deze scriptie geeft een meer omvattend inzicht (*more comprehensive understanding*) dan alleen wanneer uitsluitend van filosofische of sociologische onderzoeksresultaten gebruik zou zijn gemaakt. Tegelijkertijd is het ook meer dan een optelsom van de inzichten van filosofie + plantwetenschappen. Doordat elk van beide disciplines een andere visie heeft op het opbouwen van vertrouwen vullen ze disciplines elkaar aan en geven ze een completer antwoord, wat duidelijk zichtbaar werd tijdens de organisatie. Filosofie draagt het inzicht bij van een betrouwbare melkfabrikant en sociologie leert hoe vertrouwen het beste via een institutie kan worden opgebouwd. Daaruit kon een integratie van theorie en praktijk worden gedestilleerd. Sociologie laat zien welke filosofische ideeën werken in de Chinese context en toont hoe deze het beste geïmplementeerd kunnen worden. De voorwaarden die uit dit onderzoek voor de vertrouwensopbouw naar voren komen zijn het resultaat van een zoektocht naar het beste uit beide disciplines, waarbij het gevondene vervolgens in een zinvol en samenhangend verband is geplaatst.

Een mogelijk nadelig aspect van het onderzoek zou kunnen zijn dat rationaliteit in werkelijkheid niet zo sterk is als wat bij de discipline filosofie wordt beweerd. Rationele waardereflectie is wel mogelijk volgens de sociologie, maar mensen zijn niet geneigd om daarmee te beginnen. Mensen handelen vanuit routines en daar kun je emotioneel op inspelen; cognitief is dat veel moeilijker. Met andere woorden, het kan te ambitieus zijn om een filosofische waardenuitwisseling in de raad (*council*) te willen voeren. Wel heb ik geprobeerd dit bezwaar te ondervangen door toevoeging van een analyse van de Chinese samenleving, maar het is afwachten hoe dit in de praktijk zal uitpakken.

Een sterke punt van dit onderzoek is de interdisciplinaire combinatie van filosofische theorie en sociologische praktijk. Filosofie levert de theorie terwijl sociologie observaties aanlevert die in de praktijk zijn waargenomen. Daardoor is er een integratie ontstaan die op ideële normatieve ideeën berust, terwijl deze ideeën ook zijn getoetst aan de Chinese samenleving. Daarmee is de kans op succes in de praktijk toegenomen.

Een zwak punt van de gehanteerde onderzoeksmethode is dat ik niet dieper ben ingegaan op de Chinese filosofie die aan de grondslag ligt de Chinese samenleving. Daarom heb ik geanalyseerd dat de overheid minder zijn confuciaanse rol als beschermer moet aannemen, maar het kan zijn dat ik onderschat heb hoe sterk dit in werkelijkheid nog aanwezig is in de Chinese samenleving. Sociologie gaf aan dat overheid gebaseerd vertrouwen nog sterk aanwezig is in de samenleving, toch heb ik gemeend nieuwe perspectieven op vertrouwen duidelijk te maken vanuit de betrouwbaarheidsfilosofie van de melkindustrie in de richting van de consument. Daarom zou implementatie hiervan in China op weerstand kunnen stuiten.

Voor de opbouw van vertrouwen van de Chinese consument is het van belang dat de consument zich bewust is van zijn neiging tot interpersoonlijk vertrouwen en zijn handelen op basis van routines. Tegelijkertijd zijn waarden van groot belang. Handelt het bedrijf waarvan je klant bent wel in jouw belang? Is jouw gezondheid een issue voor het bedrijf? Is het transparant over het productieproces en over waar je eten vandaan komt? Kortom: de consument dient rationeel te onderzoeken of het bedrijf zijn vertrouwen waard is. Daarbij wordt wellicht ingegaan tegen de eerste impuls van consumenten, maar zal hun vertrouwen een betere grond worden gegeven. Volledige voedselveiligheid kan helaas door niemand gegarandeerd worden, maar de consument kan wel een optimum trachten te bereiken.

Literatuur

- Brom, Frans W.A. "Food, consumer concerns, and trust: food ethics for a globalizing market." *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 12.2 (2000): 127-139.
- Chan, Joseph. "A Confucian perspective on human rights for contemporary China." *The East Asian challenge for human rights* 212 (1999).
- Giddens, Anthony. 1990: *The Consequences of Modernity*. Stanford: Stanford University Press.
- Korthals, Michiel. "Taking consumers seriously: Two concepts of consumer sovereignty." *Journal of Agricultural and Environmental ethics* 14.2 (2001): 201-215
- Liu, Rongduo, Zuzanna Pieniak, and Wim Verbeke. "Consumers' attitudes and behaviour towards safe food in China: A review." *Food Control* 33.1 (2013): 93-104.
- Liu, Rongduo, Zuzanna Pieniak, and Wim Verbeke. "Food-related hazards in China: Consumers' perceptions of risk and trust in information sources." *Food Control* 46 (2014): 291-298.
- Meijboom, Franck L.B.. "Problems of trust: A question of trustworthiness: An ethical inquiry of trust and trustworthiness in the context of the agricultural and food sector." (2008). Franck Meijboom.
- Meijboom, Franck L.B.. "Trust, food, and health. Questions of trust at the interface between food and health." *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 20.3 (2007): 231-245.
- Meijboom, Franck L.B., Tatjana Visak, and Frans W.A. Brom. "From trust to trustworthiness: Why information is not enough in the food sector." *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 19.5 (2006): 427-442.
- Mol, Arthur P.J. "Governing China's food quality through transparency: a review." *Food Control* 43 (2014): 49-56.
- Möllering, Guido. "Understanding trust from the perspective of sociological neoinstitutionalism: The interplay of institutions and agency." Max Planck Institut für Gesellschaftsforschung, Leibniz. Discussion paper. (2005).
- Pei, Xiaofang, et al. "The China melamine milk scandal and its implications for food safety regulation." *Food Policy* 36.3 (2011): 412-420.
- Pettit, Philip. "The cunning of trust." *Philosophy & Public Affairs* 24.3 (1995): 202-225.
- Repko, A.F. (2012) *Interdisciplinary Research. Theory and Practice*, SAGE Publications Inc, Los Angeles.
- Roth, Aleda V., et al. "Unraveling the food supply chain: strategic insights from China and the 2007 recalls." *Journal of Supply Chain Management* 44.1 (2008): 22-39.
- Szostak, Rick (2013). 'The State of the Field: Interdisciplinary Research.' *Issues in Interdisciplinary Studies* 31: 44-65.
- Zhang, Lei, et al. "Consumer trust in different food provisioning schemes: evidence from Beijing, China." *Journal of Cleaner Production* (2015).