

The Effect of Social Trust on Economic Growth With Emphasis on the Case of Iran

Majid Kafi*

Alireza Lashkari**

Abstract

Today, most social and economic scientists have accepted the important role of extra-economic factors such as social trust in the process of economic development of societies. According to them, public trust is not only effective by creating cooperation and coordination between individuals and groups and reducing the costs of production, distribution and exchange in the economic system, but also in many other ways on economic growth. This article, while examining the ways of influencing social trust on economic development, tries to provide a conceptual framework and a practical definition of social trust and its adaptation to the conditions of growth in today's Iranian society. In this research, the method of applying the model of social trust to the last four decades of Iranian society and several approaches have been used for the model of the mechanism of the effect of social trust on economic growth. The article concludes: "Responsibility, efficient management, increasing business transactions, reducing possible risks in transactions, increasing domestic and foreign investment, reducing investment costs, creating welfare states" among the factors. They are an effective mediator in the mechanism of social trust and economic growth.

Keywords: Economic development, social capital, social trust, public trust, organizational trust.

Classification JEL: O11 · Z13 · A13 · L31

* Assistant Professor at the Research Institute of Hawzeh and University, Qom, Iran (Corresponding Author),
nkafii@rihu@ac.ir.

** Assistant Professor at the Research Institute of Hawzeh and University, Qom, Iran,
alilashkari@rihu@ac.ir.

تأثیر اعتماد اجتماعی بر رشد اقتصادی با تأکید بر مورد ایران

مجید کافی*

علیرضا لشکری**

چکیده

امروزه بیشتر دانشمندان علوم اجتماعی و اقتصادی نقش مهم عوامل فرااقتصادی مانند اعتماد اجتماعی در فرایند توسعه اقتصادی جوامع را پذیرفته‌اند. از نظر آنان اعتماد عمومی نه فقط با ایجاد زمینه‌های همکاری و هماهنگی میان افراد و گروه‌ها و کاهش هزینه‌های تولید، توزیع و مبادله در نظام اقتصادی بلکه از طرق متعدد دیگری بر رشد اقتصادی تأثیرگذار است. این مقاله ضمن بررسی راه‌های اثرگذاری اعتماد اجتماعی بر توسعه اقتصادی در صد اراء چارچوب مفهومی و تعریفی کاربردی از اعتماد اجتماعی و انطباق آن بر شرایط رشد در جامعه امروز ایران است. در این تحقیق از روش تطبیق الگوی اعتماد اجتماعی بر چهار دهه اخیر جامعه ایران و برای الگوی سازوکار تأثیر اعتماد اجتماعی بر رشد اقتصادی از چندین رویکرد استفاده شده است. مقاله نتیجه می‌گیرد: «مسئولیت‌پذیری، مدیریت کارآمد، افزایش معاملات تجاری، کاهش خطرهای احتمالی در معاملات، افزایش سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، کاهش هزینه‌های سرمایه‌گذاری، ایجاد دولت‌های رفاه» از جمله عوامل میانجی تأثیرگذار در مکانیسم اعتماد اجتماعی و رشد اقتصادی هستند.

واژگان کلیدی: توسعه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، اعتماد عمومی، اعتماد سازمانی.

طبقه‌بندی JEL: O11، Z13، A13، L31

۱. مقدمه

ارتقا سطح زندگی مردم در یک جامعه و افزایش رفاه آنان به مثابه وظیفه دولت‌ها، بدون تأمین و تدارک مقدمات و علل آن میسر نیست. تا مدتی افزایش رفاه مترادف با افزایش رشد یا افزایش کمی تولید کالاها و خدمات دانسته می‌شد. از زمانی که مک نامارا،^۱ رئیس وقت بانک جهانی، نگرانی خود را از نتایج ناخوشایند سیاست‌های رشد کمی اعلام کرد و درخواست عبور از اقدامات معطوف به رشد اقتصادی صرف در دهه هفتاد میلادی را داشت، مفهوم توسعه تحولات زیادی پیدا کرده و مؤلفه‌های متعددی در ترسیم مفهوم آن وارد شده است. الگوی نیازهای اساسی که ناظر به رفع فقر بود، توجه به عوامل فرااقتصادی نظیر عوامل فرهنگی، سیاسی و انسانی ناظر بر عزت نفس و کرامت انسان‌ها، توسعه انسانی، توسعه پایدار و همچنین سرمایه انسانی و اجتماعی مفاهیمی بودند که گسترش تحولی به رویکردهای توسعه و پیشرفت اقتصادی را تضمین می‌کردند.

در تعریفی سرمایه اجتماعی ویژگی‌های سازمان اجتماعی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌هایی است که می‌تواند کارایی جامعه را با تسهیل اقدامات هماهنگ بهبود بخشد. این سرمایه اشاره به سرمایه‌ای دارد که در اختیار یک جامعه قرار دارد. وجود سرمایه اجتماعی بالا در یک جامعه به توسعه اقتصادی آن منجر می‌شود. پانام و ویژگی‌های خاصی از سازمان اجتماعی مانند شبکه‌ها، نیازها و اعتماد را با رشد اقتصادی مرتبط می‌کند. وی که تحقیقی در خصوص رابطه اعتماد و رشد در کشور ایتالیا انجام داده است، مدعی بود که سرمایه اجتماعی می‌تواند به طور خاص تفاوت‌های رشد بلندمدت در ایتالیا را در طول دوره پس از جنگ جهانی دوم توضیح دهد. این نتیجه در مقاله کریفر و نک^۲ تأیید شد که بالحاظ برخی شرایط در یک محیط بین کشوری در مورد رشد اقتصادی نوشته شد (بیورنسکوف،^۳ ۲۰۱۲). پانام که هنجارها و شبکه‌ها را مؤلفه‌های سرمایه می‌داند، اولویت زیادی به مؤلفه اعتماد داده و اعتماد را خروجی دو مؤلفه دیگر سرمایه اجتماعی تلقی کرده است (روث، ۲۰۲۲، ص ۱۶۹).

بیشتر دانشمندان هنگام بررسی رابطه بین رشد اقتصادی و اعتماد بر اعتماد اجتماعی تأکید دارند؛ زیرا از این طریق همکاری و هماهنگی میان افراد و گروه‌ها تسهیل و هزینه‌های مبادله در نظام اقتصادی کاهش می‌یابد. در این مقاله هدف بررسی تأثیر اعتماد اجتماعی بر رشد اقتصادی جامعه ایران و بیان کامیابی‌ها و ناکامی‌های آن است. از این‌رو شایسته است گزارشی از وضعیت اعتماد اجتماعی در ایران ارائه شود و سپس به طرح پرسش اصلی تحقیق پرداخته شود.

1 . Robert Macnamara

2 . Keefer & Knack

3 . Bjørnskov

اعتماد اجتماعی در ایران

وضعیت اعتماد اجتماعی در ایران براساس گزارش‌های سازمان بررسی ارزش‌های جهانی (WVS) در مورد «اعتماد بین فردی»، یکی از مؤلفه‌های شکل دهنده اعتماد اجتماعی این‌گونه آمده است که ایران با امتیاز ۴۹/۶ در دوره چهارم (۱۹۹۹-۲۰۰۴) به امتیاز ۱۰/۵ در دوره پنجم رسیده است. این نشان می‌دهد که تنها ۴۹/۶ درصد از ایرانیان در دوره چهارم و ۱۰/۵ درصد در دوره پنجم پاسخ داده‌اند که «به اکثر مردم می‌توان اعتماد کرد». آنچه قابل مشاهده از این گزارش است، آن است که اگرچه در دوره هفتم اعتماد اجتماعی ایرانیان نسبت به دوره پنجم کمی افزایش نشان می‌دهد (۱۱/۲)، ولی به‌طورکلی اعتماد اجتماعی ایرانیان در دوره هفتم نسبت به دوره چهارم به‌شدت کاهش یافته است.

همچنین، در یک پیمایشی در سال ۱۳۵۳ مربوط به «گرایش‌های فرهنگی و نگرش‌های اجتماعی از ایرانیان درباره اعتماد پرسیده شده است، ۵۴ درصد از پاسخگویان، مردم را قابل اعتماد تشخیص داده‌اند و ۴۵ درصد نسبت به مردم بی‌اعتماد هستند. این میزان بیشترین اعتمادی است که مردم نسبت به هم داشته‌اند (مرکز رصد فرهنگی کشور، ۱۴۰۰/۸/۲). طبق گزارش شورای اجتماعی وزارت کشور ایران نیز در سال ۱۳۹۴ بی‌اعتمادی و نارضایتی نهمین آسیب جدی جامعه ایران است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که میزان اعتماد اجتماعی در ایران تغییر کرده است و حتی گاه کاهش یافته است.

در ایران بی‌اعتمادی اجتماعی یک آسیب اجتماعی است که در مورد کنترل آن در چند دهه اخیر غفلت شده است. به نظر می‌رسد ایران نسبت به سطح اعتماد اجتماعی از سطح بعضی از کشورها پایین است. مشکل این است که حفظ پایین بودن اعتماد اجتماعی در یک دوره طولانی در جامعه به یک فرهنگ اجتماعی از بی‌اعتمادی تبدیل می‌شود که به طور طبیعی به نسل‌های بعدی منتقل می‌شود و این مانع اعتلای فرهنگی، تولید دانش، تمدن‌سازی و رشد اقتصادی مورد تأکید مقام معظم رهبری است. هنگامی که اعتماد به هر دلیلی در یک جامعه از بین رفت، بازیابی آن دشوار است؛ زیرا بی‌اعتمادی در ذهن مردم ریشه دوانده و بنابر این در فرهنگ آنها تثبیت می‌شود که به طور طبیعی و به راحتی تغییر نمی‌کند.

گفتنی است ریشه‌های اعتماد یا بی‌اعتمادی اجتماعی، معرفت‌شناختی نیستند؛ بلکه حاصل روابط و تجارب تاریخی افراد هستند که در آغاز در خانواده و سپس در دیگر گروه‌ها، انجمن‌ها و سازمان‌ها در شخصیت آنان تثبیت شده است. فرهنگ‌ها رسوباتی هستند که به‌لحاظ تاریخی از تجربه جمعی یک جامعه، اجتماع یا گروه اجتماعی معین حاصل شده‌اند (ر.ک: زتومکا، ۱۳۹۱، ص ۱۲۷).

از این رو جامعه‌ای که با فرهنگ و معرفت در صدد است اعتماد اجتماعی را افزایش دهد، به دلیل ممانعت تجربه زیسته افراد، با شکست مواجه می‌شود.

بر اساس این نظر می‌توان این پرسش‌ها را طرح نمود که آیا افت اعتماد اجتماعی در ایران بر اساس گزارش سازمان بررسی ارزش‌های جهانی (WVS) عامل توسعه نیافتگی اقتصاد ایران شده است؟ و در صورت مثبت بودن پاسخ، این پرسش مطرح می‌شود که چگونه اعتماد اجتماعی بر توسعه اقتصادی تأثیرگذار است (بیان مکانیسم)؟

۲. روش تحقیق

در این تحقیق از روش انطباق مدل و الگوی اعتماد اجتماعی استفاده شده است که یکی از تکنیک‌های مطالعات موردی است، بر مورد رشد اقتصادی جامعه ایران در چهار دهه اخیر که «تطبیق الگو» نامیده شده است. در این پژوهش این فرضیه بررسی می‌شود که افزایش اعتماد اجتماعی احتمالاً به رشد اقتصادی منجر می‌شود و مشکلات اقتصادی خود باعث کاهش اعتماد اجتماعی در بین ایرانیان در چهار دهه اخیر شده است. برای ساخت الگوی اعتماد اجتماعی از چندین رویکرد استفاده شده است. برای جمع‌آوری داده‌ها در خصوص مورد نیز از روزنامه‌ها، وبگاه‌های خبری، اخبار و شهود و تجربه زیسته محقق بهره برده شده است. توضیح اینکه در مورد اعتماد اجتماعی یک الگو وجود دارد که می‌گوید: «اختلال در نظام بانکی و پولی، کاهش مشارکت اقتصادی، کاهش رفاه اقتصادی، افت کیفیت نظام آموزشی و جامعه‌پذیری، فرار مالیاتی، قانون‌گریزی پاره‌ای از مدیران و مردم در امور اقتصادی، افزایش فاصله طبقاتی، و... بر میزان اعتماد اجتماعی تأثیر دارد و در صورت کاهش اعتماد اجتماعی در نسل‌های آینده بی‌اعتمادی تبدیل به یک فرهنگ می‌شود که خود مانع جدی رشد اقتصادی خواهد بود». محقق این نظریه را با استفاده از تطبیق الگو بر مورد جامعه ایران تطبیق داده است که نتیجه این است که احتمالاً یکی از موانع رشد اقتصادی در ایران معاصر کاهش اعتماد اجتماعی است.

۳. چارچوب مفهومی

اعتماد اجتماعی یک مفهوم دو مؤلفه‌ای است (Morrone et al, 2009). در این مقاله با اذعان به روابط متقابل بین افراد و بین افراد و سازمان‌ها استدلال می‌شود که اعتماد اجتماعی فراتر از اعتماد بین فردی است، به این دلیل که جامعه نه تنها از افراد، بلکه از گروه‌های اجتماعی، نهادها و سازمان‌ها نیز تشکیل شده است. در جامعه نه تنها اعتماد افراد به یکدیگر (اعتماد بین فردی)، بلکه

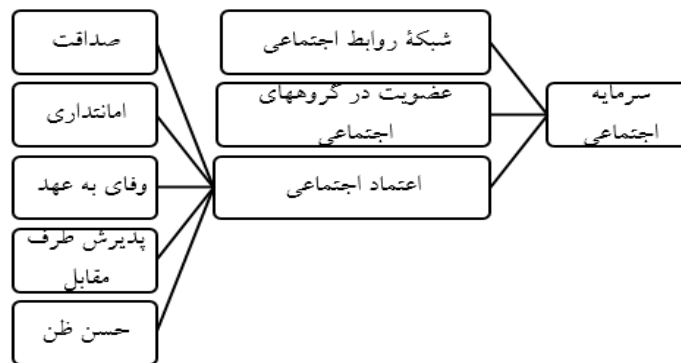
به نهادها و سازمان‌ها (مانند دولت، پلیس، قوه قضائیه، سازمان‌های مالی و غیرمالی دولتی و خصوصی و...) نیز باید مدنظر قرار گیرد (Morrone et al. 2009, Putnam, 2000).

بررسی اعتماد اجتماعی مستلزم بررسی جداگانه دو مؤلفه اعتماد اجتماعی است. دو مؤلفه تشکیل‌دهنده اعتماد اجتماعی قطعاً بر یکدیگر در یک جامعه تأثیر می‌گذارند. این مقاله به منظور سازگاری با رویکرد ساختارگرایی که بر تأثیرات ساختارها بر اعتماد اجتماعی تأکید دارد، به طور جداگانه به بررسی اعتماد اجتماعی در بین افراد و اعتماد آنها به ساختارها و سازمان‌ها می‌پردازد. در مطالعات تطبیقی اعتماد اجتماعی در بین کشورها، اعتماد به ساختارها و سازمان‌ها اهمیت ویژه‌ای دارد، به این دلیل که تفاوت‌های بین کشورها در سطح اعتماد اجتماعی عمدتاً از اعتماد ساختاری و سازمانی ناشی می‌شود؛ زیرا ساختارها و سازمان‌ها و اجرائیات آنها در بین کشورها کاملاً متفاوت است.

دو مؤلفه اعتماد اجتماعی یکدیگر را نیز تقویت یا تضعیف می‌کنند. اعتماد اجتماعی خودافزا و خودتقویت‌کننده است. افزایش اعتماد اجتماعی افراد را وادار می‌کند که بیشتر به یکدیگر اعتماد کنند. در مقابل در جایی که اعتماد اجتماعی برای مدت طولانی در سطح پایینی باشد، ایجاد یا بازسازی اعتماد در جامعه دشوار است. بنابراین، سطح اعتماد اجتماعی باید به طور مستمر مورد توجه مدیران و کارگزاران باشد. فوکویاما (۲۰۱۰) استدلال می‌کند که اعتماد بین فردی، به ویژه دارای اثرات بیرونی مثبتی است که به گسترش شعاع اعتماد کمک می‌کند. همچنین، اعتماد اجتماعی بالا باعث بهبود ارتباط بین شهروندان و در نتیجه افزایش همبستگی اجتماعی می‌شود.

اعتماد اجتماعی بُعد اصلی سرمایه اجتماعی است. همچنین، با دو بُعد دیگر سرمایه اجتماعی یعنی هنجارهای اجتماعی و شبکه‌ها رابطه مثبت دارد؛ اما این مقاله بر اعتماد اجتماعی متمرکز است، نه بر سرمایه اجتماعی. سرمایه اجتماعی به‌طور کلی، به‌عنوان یک نوع منبع در روابط بین افراد تعریف می‌شود که کنش‌های متقابل را در جامعه آسان می‌کند (Coleman, 1988 , Putnam, 1993). همان‌طور که ارو (۱۹۹۹) گفته است: اصطلاح «سرمایه»، مانند سرمایه فیزیکی و انسانی، مفهومی از هزینه کردن عامدانه در زمان حال برای منفعت در آینده است. به‌طور کلی، مردم به دنبال روابط اجتماعی هستند، نه برای منافع آینده به قیمت منافع فعلی؛ بلکه برای ارزش ذاتی روابط اجتماعی. به نظر می‌رسد در حالی که سرمایه فیزیکی و انسانی از طریق سازوکار و شاخص قیمت در بازار تعیین می‌یابد، سازوکار و شاخصی وجود ندارد که سرمایه اجتماعی را تعیین بخشد. این تفاوت، روشن می‌کند که معادل‌سازی سرمایه اجتماعی با سرمایه فیزیکی و انسانی بی‌وجه است.

گفتنی است که اعتماد اجتماعی به عنوان یکی از ابعاد سرمایه اجتماعی دارای مؤلفه‌های صداقت، امانتداری، وفای به عهد و... است. اعتماد اجتماعی همان اعتقاد به صداقت، صراحت و قابل اعتماد بودن دیگران است (ایمان به مردم). این مفاهیم ساده برای توصیف اعتماد اجتماعی خوب هستند؛ اما فهم اینکه چه کسی به چه کسی می‌تواند اعتماد کند، هرگز آسان نیست. از نظر پارسونز، اعتماد اجتماعی از سه عنصر مهم صداقت، تعهد و پذیرش تشکیل شده است. صداقت به معنای تطابق و هماهنگی میان اعمال و گفتار با اعتقادات و گرایش‌های درونی و عدم تظاهر به رفتار یا گفتاری است که به نظر شخصی درست و پذیرفتنی نیست. تعهد به معنای پایبندی به قول و وعده‌ها و عمل به آنها بر مبنای انتظارات متقابل است و پذیرش نیز به معنای احترام و ارزش برای طرف مقابل و اظهارات وی و باور به توانایی‌ها و شایستگی لازم برای مشارکت و حل و فصل مطلوب مسائل در موقعیت کنونی است که زمینه یک زندگی رضایتمندانه را فراهم می‌کند (توسلی، ۱۳۷۳، ص ۱۹۱).



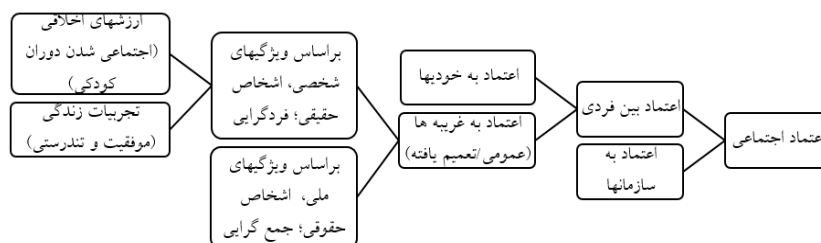
جالب اینکه سید جمال‌الدین اسدآبادی به نقش اعتماد در روابط اجتماعی و دو مؤلفه آن در آثار خود اشاره کرده است. به نظر وی اعتماد به دیگران در ارتباطات اجتماعی نقش مهمی دارد. بدون این حالت روانی و نفسانی نمی‌توان روابط مثبت و سازنده‌ای از فرد در اجتماع انتظار داشت. یکی از عوامل ایجادکننده اعتماد اجتماعی صداقت حاکمیت در برابر مردم است. صداقت یعنی هر انسانی در جامعه برای جلب منافع و رفع مضار به کمک همه مشارکین نیازمندند و این کمک به یکدیگر هم ممکن نیست، مگر آنکه دارای صداقت باشد (اسدآبادی، ۱۴۰۱ق، ص ۱۵۶). همچنین، اگر امانتداری در بین مدیران و کارگزاران حکومت‌ها وجود نداشته باشد، راحتی و امنیت از جامعه رخت برمی‌بندد و خزانه حکومت خالی خواهد شد و همین سبب سقوط حکومت می‌شود (اسدآبادی، ۱۴۰۱ق، ص ۱۵۳).

۳-۱. اعتماد بین فردی

با بسط تعریف کلمن (۱۹۹۰)، در این مقاله اعتماد بین فردی عبارت از انتظارات افراد از دیگر اعضای جامعه برای ارتباط و رفتار است؛ به گونه‌ای که برای آنان مفید یا حداقل مضر نباشد. اعتماد بین فردی منعکس‌کننده دیدگاه ذهنی افراد از قابل اطمینان بودن دیگران بدون تعهد قانونی است و مستلزم درجه‌ای از خطر و عدم اطمینان است. از این رو، اعتماد شامل دو جزء تمایل به برقراری ارتباط مخاطره‌آمیز براساس انتظارات است.

دو نوع اعتماد بین فردی وجود دارد: الف) اعتماد به اعضای خانواده، دوستان و اعضای گروه‌ها یا انجمن‌ها و ب) اعتماد به افراد غریبه. اولی به عنوان اعتماد درون‌گروهی و دومی به عنوان اعتماد عمومی (Algan and Cahuc, 2013) شناخته می‌شود. در اعتماد درون‌گروهی، اعضاء هنجارها و ارزش‌هایی را برای یکدیگر به عنوان دستورالعمل‌های رفتاری قابل قبول وضع می‌کنند. اعضای که هنجارهای درون‌گروهی را نقض می‌کنند، ممکن است توسط گروه تحریم یا طرد شوند. از این رو، انطباق رفتاری در بین اعضای گروه زیاد است و اعتماد بین فردی در میان آنها قوی است. به احتمال زیاد اعتماد به خودی‌ها (درون‌گروهی) و اعتماد به غریبه‌ها (عمومی و تعمیم‌یافته) با هم رابطه منفی دارند. افراد با هویت گروهی قوی با اعتماد درون‌گروهی احساس نیاز به ارتباط با افراد خارج از گروه نمی‌کنند. همچنین، گروه‌ها ممکن است اختلاف و رقابت را در میان دیگر گروه‌ها افزایش دهند و در نتیجه باعث ایجاد تعارض بین آنها و کاهش اعتماد عمومی شوند (Knack and Keefer, 1997; Ermisch and Gambetta, 2010).

اما گیدنز اعتماد اجتماعی را به سه دسته اعتماد بین فردی، اعتماد به سازمان‌ها و اعتماد تعمیم‌یافته (عمومی) تقسیم می‌کند: دسته اول، اعتماد به افرادی است که آنها را در روابط رودرو می‌شناسیم، مانند افراد خانواده، خویشاوندان و دوستان؛ دسته دوم اعتماد به نهادها و سازمان‌های اجتماعی و افراد حقوقی مانند پلیس، قضات، اساتید، معلمان، هنرمندان و غیره است؛ دسته سوم شامل اعتماد به افرادی است که آنها را نمی‌شناسیم؛ مانند شهروندانی که در شهر و کشور خود با آنان هم‌شهری یا هم‌وطن هستیم. اعتماد عمومی لازمه همکاری و مشارکت میلیون‌ها شهروندی است که جوامع پیچیده و مدرن امروزی را تشکیل می‌دهند (علی‌پور، زاهدی و شیانی، ۱۳۸۸، ص ۱۱۶).



۳-۲. اعتماد عمومی مبتنی بر فردگرایی

سطح اعتماد اجتماعی در یک کشور، اعم از اعتماد بین فردی و سازمانی، در طول زمان توسط تعدادی از عوامل ایجاد می‌شود. در مورد عوامل تعیین‌کننده اعتماد عمومی دو دیدگاه فردمحور و جمع‌محور وجود دارد (Delhey and Newton, 2003; Newton, 2013; Algan and Cahuc, 2013). دیدگاه نخست آن است که اعتماد عمومی را مبتنی بر ویژگی‌های فردی از جمله ویژگی‌های شخصیتی و اخلاقی افراد، ویژگی‌های اجتماعی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آنها مانند سن، موقعیت اجتماعی، جنسیت، تحصیلات، درآمد و مذهب می‌داند. طبق دیدگاه دوم اعتماد عمومی دارای افراد نیست؛ بلکه یک ویژگی سیستماتیک جامعه است. طبق این دیدگاه اعتماد عمومی نه با ویژگی‌های فردی، بلکه توسط ویژگی‌های اجتماعی و ملی مانند تاریخ، فرهنگ، اقتصاد، نهادها، جغرافیا و خط مشی عمومی تعیین می‌شود.

اعتماد فردگرایانه: برای ایجاد اعتماد عمومی طبق دیدگاه فردمحور دو عامل پیشنهاد شده است

(Newton, 2013; Uslaner, 2008):

الف) عامل ارزش اخلاقی که افراد در دوران کودکی خود عمدتاً از والدین خود یاد می‌گیرند. اعتماد اخلاقی در مردم از انجام یا مشاهده کارهای خیر مانند اهدای خیریه و داوطلبانه ایجاد می‌شود. طبق این دیدگاه افراد در دوران کودکی و سال‌های شکل‌گیری شخصیت تمایل به اعتمادکردن را یاد می‌گیرند. در این رابطه، کاتز و روتر (۱۹۶۹) نشان دادند که ۷۵ درصد از تغییرات در سطح اعتماد نوجوانان را می‌توان با تمایل والدین آنها به اعتمادکردن به افراد دیگر توضیح داد. اعتماد مبتنی بر اخلاق که از دوران کودکی افراد ایجاد می‌شود، نشان‌دهنده ویژگی‌های شخصیتی آنها از جمله خوش‌بینی، صداقت، همکاری متقابل، احترام و خیرخواهی است (Larzelere and Huston, 1980; Fukuyama, 1995). اعتماد عمومی براساس ویژگی‌های شخصیتی در طول زندگی افراد پایدار است؛ زیرا شخصیت به‌راحتی تغییر نمی‌کند (Uslaner, 2011; DeSteno and Valdesolo, 2008). اگر افراد دارای ویژگی‌های شخصیتی یکسان مانند هنجارهای یکسان باشند، اعتماد عمومی بین آنها بالا خواهد بود. بنابراین، اعتماد عمومی احتمالاً در میان افرادی با پیشینه قومی مشابه که معمولاً هنجارهای یکسانی دارند، بالا است (Delhey and Newton, 2003). این موضوع به‌نوبه خود نشان می‌دهد که سطح اعتماد عمومی احتمالاً بین گروه‌های قومی در یک کشور متفاوت است و بنابراین هر چه سطح همگنی قومی در یک کشور بالاتر باشد، سطح اعتماد عمومی آن کشور بالاتر است.

یکی از عوامل کاهش اعتماد در میان مردم یک جامعه تفاوت‌های قومی و زبانی است. تعصبات قومی، نژادی و زبانی، اعتماد را در میان افرادی کاهش می‌دهد که نژاد یا زبان متفاوتی دارند. اسلام با هرگونه قوم‌گرایی و نژادپرستی مبارزه می‌کند و تفاوت‌های قومی و زبانی را اسباب شناخت جوامع بشری می‌داند. اسلام برادری (اصل اخوت) را جایگزین تعصب و قوم‌گرایی می‌کند: «إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ» و اعتماد را به بالاترین میزان ممکن می‌رساند. اخوت و منع تبعیض و تعصب قومی که در قالب اخلاق اجتماعی اسلام قرار می‌گیرند، تأثیر عمده‌ای بر اعتماد میان افراد جامعه دارد.

ب) تجربیات زندگی: یک راه دیگر اعتماد عمومی ناشی از تجارب ارتباط با دیگران است که افراد اعتماد عمومی را نه از اجتماعی شدن دوران کودکی بلکه از تجربه‌های زندگی بزرگسالی خود از طریق ارتباط با دیگران ایجاد می‌کنند؛ افرادی که تجربیات مثبتی با دیگران دارند، مثلاً با آنها خوب رفتار می‌شود، حس اعتماد آنها را به دیگران افزایش می‌دهد.

۳-۳. اعتماد عمومی مبتنی بر جمع‌گرایی

به دلیل مشارکت افراد در جامعه، اعتماد عمومی مبتنی بر جمع‌گرایی، یعنی نگرش‌ها و رفتارهای قابل اعتمادی به وجود می‌آید (Putnam, 1993). عوامل اساسی اعتماد عمومی مبتنی بر جمع‌گرایی شامل ویژگی‌ها یا شرایط اجتماعی و فرهنگی مانند تاریخ، استانداردهای زندگی، برابری، مؤسسات، ترکیب قومیتی و جغرافیا می‌شود.

الف) کشورهای مردمسالار سطوح بالاتری از اعتماد عمومی جمع‌گرایانه نسبت به رژیم‌های اقتدارگرا دارند؛ زیرا در کشورهای مردمسالار شهروندان دارای مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی، اقدامات نظارتی، حمایت بهتر از حقوق مالکیت خصوصی و فاصله طبقاتی کمتر در جامعه هستند (stole, 2008 Rothstein and)؛

ب) همچنین، شرایط فرهنگی بر اعتماد عمومی جمع‌گرایانه تأثیر می‌گذارد؛ زیرا زیربنای فرهنگ و اخلاق، صداقت، همکاری و ارتباط متقابل، احترام و خیرخواهی است. در ادبیات مدیریت به خوبی بیان شده است که تمایل به خطرپذیری ریشه در فرهنگ دارد. از آنجاکه یکی از دو مؤلفه اصلی اعتماد عمومی، تمایل به خطرپذیری است، تفاوت در میزان خطرپذیری به تفاوت در اعتماد عمومی در بین کشورها منجر می‌شود (Hofstede, 1991). دین نیز که زیربنای فرهنگ است، بر اعتماد عمومی تأثیر دارد. ادیان سلسله مراتبی مانند مسیحیت کاتولیک و کنفوسیوسیسم از نظر تاریخی تمایل دارند که نسبت به مسیحیت پروتستانیسم، اعتماد عمومی کمتری را در میان

پیروان ایجاد کنند (Zak and Knack, 2001, Delhey and Newton, 2005). در جوامع کثرت‌گرا دینداری نیز تأثیر منفی بر اعتماد عمومی دارد؛ زیرا گروه‌های مذهبی در درجه اول به افراد خودی اعتماد دارند؛ در حالی که به غیر خودی‌ها بی‌اعتماد هستند. این باعث ایجاد شکاف و بی‌اعتمادی در بین مردم یک جامعه می‌شود (Berggren and Bjornskov, 2009)؛

ج) نهادهای حقوقی (قوانین و مقررات) نقش اصلی را در ایجاد اعتماد عمومی جمع‌گرایانه ایفا می‌کنند (Rothstein, and Stolle 2008). حاکمیت و رعایت قاطعانه قانون به توسعه نگرش‌ها و رفتارهای قابل اعتماد منجر می‌شود؛ زیرا مردم در برابر رفتار نادرست احساس محافظت می‌کنند و از امنیت عمومی راضی هستند (Delhey and Newton, 2003). به این منظور روتشتاین و استول (۲۰۰۸) استدلال کردند که نهادهای قانونی باید بی‌طرف، منصفانه و کارآمد باشند. تأثیر اعتماد عمومی و اجرای نهادهای قانونی یک رابطه دوسویه است. اگر مردم احساس کنند که دیگران از قوانین رسمی پیروی نمی‌کنند، درک آنها از بی‌عدالتی افزایش می‌یابد و اعتماد آنها نسبت به هم‌شهریان کاهش می‌یابد (deConick, 2010).

از عوامل پایین بودن سطح اعتماد در کشوری با نابرابری زیاد در درآمد (فاصله طبقاتی بالا) دشوار است. در واقع، نابرابری باعث افزایش تعارضات و حسادت می‌شود و اعتماد عمومی کاهش می‌یابد. دلهی و نیوتن (۲۰۰۳) دریافتند که شرایط بد اقتصادی یکی از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده سطح اعتماد عمومی است. از بین انواع مختلف نابرابری، به نظر می‌رسد نابرابری اقتصادی و درآمد یکی از مهم‌ترین متغیرهای مرتبط با اعتماد کم عمومی است (Rothstein and Uslander, 2005؛ Bjornskov, 2007). اعتماد عمومی یک رابطه دوری با درک بی‌عدالتی دارد. احساس بی‌عدالتی به بی‌اعتمادی منجر می‌شود که به نوبه خود، ادراک بعدی از بی‌عدالتی را ترویج می‌کند (DeConick, 2010). از عوامل دیگر پایین بودن سطح اعتماد در جوامع مختلف وجود نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی می‌باشد. گسترش عدالت و کاهش نابرابری‌های اجتماعی از مهم‌ترین اصول اسلامی است.

۳-۴. اعتماد به سازمان‌ها

اعتماد به سازمان‌ها نه تنها مؤسسات عمومی (دولت، ادارات دولتی، سیاستمداران، بوروکراسی، احزاب سیاسی، نیروهای مسلح، پلیس، نظام قضایی، نظام آموزشی) را بلکه مؤسسات و سازمان‌های خصوصی (مشاغل، مؤسسات مالی، مراکز غیرانتفاعی، اتحادیه‌های کارگری، سمن‌ها، رسانه‌ها و مراکز دینی و مذهبی) را نیز شامل می‌شود. شهروندان از سازمان‌ها و مؤسسات

انتظار دارند که به طور مؤثر، منصفانه و اخلاقی مطابق با نقش‌هایی که قانون به آنها محول می‌کند، به هنجارهای اجتماعی عمل کنند (Newton, 2006؛ Kelleher and Wolak, 2007؛ Warren, 1999, p.18).

اعتماد سازمانی دو مؤلفه دارد: اثربخشی در انجام وظایف سازمانی تعیین‌شده توسط قانون و هنجارهای اجتماعی و ارزش‌ها (اخلاق). مؤلفه اثربخشی شامل عملکرد و کارایی سازمانی و مؤلفه ارزشی شامل صداقت (عدم فساد) و انصاف برای جامعه به عنوان یک کل است. موفقیت سازمان‌های دولتی مستلزم صداقت و درستی مقامات دولتی و نه منفعت شخصی، بلکه مردمدار بودن است. یکی از مهم‌ترین شاخص‌های عملکرد سازمانی، ادراک فساد (رفتار غیراخلاقی) است که به کاهش اعتماد سازمانی در کشورها کمک می‌کند.

اعتماد مردم به سازمان‌ها مانند اعتماد بین‌فردی نیست. اعتماد بین‌فردی بیان‌کننده ویژگی‌های اساسی شخصیت‌های قابل اعتماد است؛ درحالی‌که اعتماد سازمانی مبتنی بر ارزیابی عملکرد سازمانی است. ارزیابی سازمانی می‌تواند از عملکرد مؤسسات یا کارآمدی پرسنل آنها انجام شود. برای مثال، اعتماد به دولت می‌تواند ناشی از برداشت عمومی از کارآمدی سیاستمداران و مدیران باشد. اعتماد بین‌فردی مثبت تلقی می‌شود؛ زیرا به همبستگی و همکاری در جامعه کمک می‌کند. اعتماد سازمانی نیز مثبت تلقی می‌شود؛ زیرا عملکرد مؤسسات و اعتماد به کارکنان و مسئولان را بهبود می‌بخشد (Morrone, 2009, P. 9). همان‌طور که اعتماد بین‌فردی برای جامعه متمدن ضروری است، اعتماد به سازمان‌های اجتماعی نیز ضروری است.

حاکمیت قانون یک نهاد اساسی است؛ زیرا زیربنای دیگر نهادهای یک کشور است و از این رو یکی از عوامل مهم تعیین‌کننده اعتماد به سازمان‌هاست. عملکرد صحیح و عادلانه حاکمیت قانون، اعتماد شهروندان را به نهادها، سازمان‌ها و به‌ویژه امنیت عمومی افزایش می‌دهد و در نتیجه، اعتماد به سازمان‌ها را افزایش می‌دهد (Delhey and Newton, 2003).

با درک رابطه نزدیک بین اعتماد بین‌فردی و سازمانی، وظیفه افزایش اعتماد اجتماعی از طریق افزایش اعتماد سازمانی توسط سیاست‌های عمومی انجام می‌شود؛ زیرا اعتماد بین‌فردی در طول زمان کاملاً ثابت می‌ماند و نسبت به سیاست‌های عمومی غیرقابل تحمل می‌ماند (algan and cahuc, 2013. Bjornskov, 2012). از این رو سیاست‌های عمومی باید برای افزایش اعتماد اجتماعی، عمدتاً از طریق تغییر در سازمان‌ها و اجرای سیاست‌ها به کار گرفته شوند.

باید تأکید کرد که اجرای عادلانه و مؤثر نظام اقتصادی یکی از عوامل اساسی اعتماد سازمانی است. وقوع جرم، کلاهبرداری و دزدی که نشان‌دهنده عملکرد و ناکارآمدی ضعیف نظام اقتصادی

است، اعتماد سازمانی را کاهش می‌دهد؛ اما بالاتر از همه فساد و بدرفتاری مقامات دولتی، مدیران اصناف، مشاغل و اتحادیه‌ها مهم‌ترین عامل به نظر می‌رسد. فساد و بدرفتاری مقامات، اعتماد مردم را به دولت و نظام اقتصادی در اجرای عادلانه و مؤثر کاهش می‌دهد و برخی از مردم را به کاهش رعایت قوانین و مقررات و در نتیجه رشد فساد بیشتر می‌کشاند.

بی‌عدالتی اجتماعی که می‌تواند بی‌اعتمادی اجتماعی را ایجاد یا تعمیق بخشد، ممکن است از منابع مختلفی ناشی شود. درک عمومی از بی‌عدالتی به دلیل اجرای ناعادلانه قانون همچون حمایت از سیاستمداران، کارمندان دولتی سطح بالا و مدیران تجاری همان‌طور که در مورد جامعه ما گاه اتفاق می‌افتد، ممکن است به بی‌اعتمادی عمومی به سیستم قانونی و دیگر سازمان‌ها منجر شود. اعمال ناعادلانه در اشتغال و موقعیت‌های اجتماعی براساس جنسیت، نژاد، جناح سیاسی یا دیگر ویژگی‌های شخصی نامربوط، منابع جدی بی‌عدالتی در جامعه هستند.

۴. راهکارهای افزایش اعتماد اجتماعی

در بیان ارزش و اهمیت اعتماد گفته شده است که اعتماد ملاتی است که باعث انسجام میان اجزای جامعه می‌شود و بنیاد و سازه خانواده و همچنین اجتماع را می‌سازد. برای افزایش اعتماد اجتماعی در یک کشور، باید به‌طور کلی، در سیاست‌گذاری‌ها چند مطلب مورد توجه قرار گیرد: الف) اجرای عادلانه و مؤثر سازمان‌های قانونی؛ ب) افزایش عدالت اجتماعی؛ ج) توسعه اقتصادی با اشتغال و د) افزایش برابری در درآمد و فرصت‌های اقتصادی. اما از آنجاکه برای اصلاح جامعه اسلامی و تحقق تمدن نوین اسلامی اعتماد اجتماعی لازم و ضروری است، باید اقدامات همه‌جانبه برای تحقق اعتماد اجتماعی در همه ابعاد آن صورت گیرد. از این‌رو، اقدامات سیاستی زیر ابتدا به افزایش اعتماد بین‌فردی و سپس به افزایش اعتماد سازمانی ختم می‌شود. سپس راهبرد عمومی را با محوریت عوامل تعیین‌کننده مشترک در نظر می‌گیرد تا هر دو عنصر تشکیل‌دهنده اعتماد اجتماعی را به‌طور هم‌زمان افزایش دهد. پنج اقدام مهم برای افزایش اعتماد اجتماعی به‌طور هم‌زمان از طریق افزایش اعتماد بین‌فردی و سازمانی در اینجا پیشنهاد می‌شود:

الف) توجه به ارزش‌ها و تعالیم قرآنی: در تعالیم اسلامی، از اصطلاحات تخصصی امروزی استفاده نشده است؛ زیرا بسیاری از این اصطلاحات انتزاعی و خارج از قلمرو امور انضمامی است که آموزه‌های دینی ناظر به آنها هستند. به‌طور مثال، در آموزه‌های اسلامی عنوانی به نام سرمایه اجتماعی یا اعتماد اجتماعی وجود ندارد که انتزاع شده از تعدادی ارزش، هنجار، کنش و روابط اجتماعی است؛ اما از ارزش‌ها، هنجارها، رفتارها و روابطی که نتیجه آنها افزایش

سرمايه اجتماعی یا افزایش سطح اعتماد اجتماعی است، بسیار سخن رفته است مثل صداقت و حسن ظن.

در آیات قرآن، به مؤلفه‌های اعتماد اجتماعی همچون صداقت، امانت‌داری، مؤدت، وفای به عهد، و حسن ظن و مانند آنها اشاره شده است؛ زیرا با وفای به عهد و صداقت و راستی در سایه مؤدت و رحمت و دوستی می‌توان پایه‌های اعتماد اجتماعی را استوار و آن را افزایش داد. در قرآن آموزه‌ها و هنجارهایی وجود دارد که رعایت آنها سبب افزایش اعتماد اجتماعی می‌شود. به‌طورمثال، یکی از فضایل اخلاقی که می‌توان از آن در افزایش اعتماد اجتماعی استفاده کرد، حُسن ظن است. براساس این آموزه اصل در روابط اجتماعی، اعتماد کردن به دیگران است. مسلمانان باید ضمن اینکه رفتار سنجیده با دیگران دارند و خطر رفتارهای دیگران را نسبت به خود مدنظر قرار می‌دهند، نسبت به دیگران اعتماد داشته باشند. حسن ظن به افراد و سازمان‌ها می‌تواند عامل مهمی در ایجاد اعتماد اجتماعی باشد. در قرآن (نور، ۱۲) و نهج البلاغه (نامه ۵۳) حُسن ظن نسبت به رفتار و در روابط با دیگران یک اصل است (نور، ۱۲). همچنین، پاره‌ای از قواعد فقهی همچون «قاعده سوق المسلمین»، «قاعده اصالة الصحه» و «قاعده ید» نیز سبب افزایش یا نشانه اعتماد اجتماعی است.

مثال دیگر، وفای به عهد است. اعتماد در یک اجتماع با پایبندی به تعهدات رشد می‌کند و این امر برای احساس اعتماد مستمر ضروری است. عدم پایبندی به قراردادها سبب فروپاشی اعتماد می‌شود؛ یعنی نقض قراردادها سبب رواج بی‌اعتمادی افراد به یکدیگر می‌شود. فقدان بی‌اعتمادی سبب افزایش فساد و در نتیجه فروپاشی اجتماعی می‌شود (رعد، ۲۵؛ نحل، ۹۱). به تعبیر قرآن یکی از عوامل فروپاشی اجتماعی پیمان‌شکنی است. از نظر قرآن، پیامبر اسلام (مجلسی، بحارالانوار، ج ۷۵، ص ۹۶) و حضرت علی (نامه ۵۳)، وفای به عهد و پیمان، از ملاک‌های ارزشی انسان (انفال، ۵۵ و ۵۶) و خصلت‌های شایسته (رعد، ۲۰؛ مومنون، ۸؛ معارج، ۳۲) است. افزون‌براین، از نظر قرآن عهدشکنی و عدم وفای به آن حرام و گناه است و انسان نباید حتی برای سود بیشتر و تغییر مصلحت‌ها، عهدشکنی کند (نحل، ۹۱ و ۹۲). پس اگر پیمان و میثاقی (انفال، ۷۲) یا وعده‌ای داده شد (توبه، ۱۱۴) باید به آن عمل و وفا شود.

ب) اقدام دوم ارائه آموزش اخلاقی و اجتماعی کردن کودکان نسبت به آنها در خانه و مدرسه است تا بهتر برای رعایت هنجارها و ارزش‌های اجتماعی و پذیرش سيطرة قانون تربیت شوند. برای افزایش سطح اعتماد اجتماعی باید هم از ارزش‌های اخلاقی و هم از تجربیات زندگی بهره برد. براساس نظریه مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی، برای ایجاد اعتماد بین فردی، باید بر آموزش و

جامعه‌پذیری دوران کودکی در خانه و مدرسه نسبت به هنجارها، ارزش‌های اخلاقی و رعایت حاکمیت قانون تأکید کرد (Helliwell and Putnam, 2004). والدین و مسئولان مدرسه باید الگوی اخلاق باشند؛ زیرا کودکان رفتار بزرگسالان را مشاهده و الگوبرداری می‌کنند و از آنها یاد می‌گیرند. آموزش اخلاق نباید به آموزش مدرسه محدود شود؛ بلکه باید در جامعه، شرکت‌ها، گروه‌ها آموزش رفتار اخلاقی جدی گرفته شود و گسترش یابد. همچنین، آموزش اخلاق باید برای همه مردم گسترش یابد تا اصول اخلاقی و قانونی جامعه به‌عنوان یک کل ارتقا یابد. اعتماد بالا در میان اعضای خانواده باعث افزایش سرمایه‌گذاری در آموزش فرزندان و در نهایت افزایش تحرک اجتماعی آنها می‌شود.

در این راستا پانتام (۲۰۰۰) استدلال می‌کند کشورهایی که سطح اعتماد بین فردی بالاتری دارند، نه تنها دارای سطوح بالاتری از آموزش هستند، بلکه از سلامت، امنیت عمومی و برابری اجتماعی و اقتصادی نیز برخوردارند. تحقق این راهکار نشان می‌دهد که اعتماد اجتماعی به انسجام اجتماعی و در نتیجه رشد اقتصادی کمک می‌کند. افرادی که اعتماد بین فردی بالایی دارند، اعتماد بالایی به سازمان‌ها نیز دارند و دیگران را به تبعیت از حاکمیت سازمان‌ها ترغیب می‌کنند و اعتماد بین فردی و سازمانی را متقابلاً تقویت می‌کنند.

ج) در مورد سیطره قانون باید این مطلب درک شود که در همه جوامع اعتماد اجتماعی بر برابری و عدالت تحت قانون مبتنی است. برابری قانونی یا اعتقاد به برابری همه در برابر قانون زیربنای اساسی عدالت در عمل است. از این رو حاکمیت قانون باید به‌طور عادلانه مناسب و به‌طور مداوم اجرا شود. از نهادها و به‌ویژه نهادهای حاکمیتی و قانون انتظار می‌رود که تدابیری را برای شهروندان در برابر اقدامات غیرقابل اعتماد و غیرقابل پیش‌بینی دیگران فراهم کنند و از این طریق اعتماد بین فردی را افزایش دهند. در این صورت است که افراد تشویق می‌شوند در کنش جمعی شرکت کنند که به‌نوبه خود اعتماد بین فردی را افزایش می‌دهد. در این راستا روشن است که اجرای صحیح قوانین در برابر فعالیت‌های غیرقانونی مدیران پیش‌نیاز اعتماد به سازمان‌های دولتی و خصوصی است.

د) کاهش فاصله طبقاتی: سیاست‌های اقتصادی باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که نه تنها توسعه اقتصادی بلکه برابری در درآمد، ثروت و فرصت‌ها را نیز ارتقا دهند. یک روند جهانی در سال‌های اخیر شاهد رشد مداوم شکاف درآمد و ثروت بین غنی و فقیر در کشورها بوده است که ایران نیز مستثنا از آن نیست. برای افزایش اعتماد اجتماعی در ایران، باید سیاست‌های اقتصادی برای بهبود شکاف طبقاتی و فاصله درآمدها و همچنین، توسعه اقتصادی و در نتیجه به حداقل رساندن

قشر بندی اجتماعی وضع و اعمال شود. در اعتماد جمع گرایانه سیاست گذاری برای کاهش فاصله درآمدی پیشنهاد می شود تا اعتماد اجتماعی را افزایش دهد. دهی و نیوتن (۲۰۰۳) نشان می دهند که فاصله در درآمدها متغیر اساسی برای کاهش اعتماد بین فردی است. در این راستا سیاست گذاری عمومی برای کاهش فاصله درآمدی در کنار نهادهای حقوقی باید انجام شود. در سال های اخیر از سوی بسیاری از صاحب نظران به ویژه نابرابری در درآمد و ثروت به عنوان منبع مهم بسیاری از مشکلات اجتماعی و بی اعتمادی اجتماعی در ایران مورد تأکید قرار گرفته است.

ه) افزایش نظارت اجتماعی: آزادی و نظارت مطبوعات بر عملکرد صحیح سازمان های دولتی و خصوصی و در نتیجه برای رعایت عدالت اجتماعی ضروری است؛ زیرا مطبوعات نقش مهمی در نظارت و کنترل سازمان ها ایفا می کنند.

۵. چگونه سطح اعتماد اجتماعی بر رشد اقتصادی تأثیر می گذارد؟

اعتماد اجتماعی به عنوان یک مؤلفه سرمایه اجتماعی تعیین کننده وضعیت اقتصادی یک جامعه است (Bjornskov, 2007؛ Uslander, 2008؛ Knack, 2001). کشورهای با سطوح بالایی اعتماد اجتماعی، در دهه های گذشته سریع تر از دیگر کشورهای قابل مقایسه رشد کرده اند (Zak and Knack, 2001). بنابراین، به عنوان یک فرضیه می توان گفت: افزایش اعتماد اجتماعی ممکن است به رشد اقتصادی منجر شود. چندین تحقیق در خصوص سازوکار تأثیر اعتماد اجتماعی بر رشد اقتصادی ارائه شده که این نتایج را به همراه داشته اند:

الف) اعتماد مردم ممکن است به مسئولیت پذیری بیشتری منجر شود؛ زیرا تصمیمات باید انتظارات مردم را برآورده کند. بنابراین، سیاستمداران بیشتر تمایل دارند در تصمیم های خود جانب احتیاط را بگیرند و انگیزه های خود را کاهش دهند تا با اعتراضات عمومی مواجه نشوند (Putnam 2000, 346)؛ ب) اعتماد اجتماعی بیشتر به اتخاذ تصمیمات بهتر در مدیریت کشور و فرآیند سیاسی و در نتیجه حکمرانی و مدیریت کارآمد منجر می شود که به طور عمده عامل تعیین کننده مهم رشد اقتصادی است (به عنوان مثال، Delhey & Newton, 2003)؛ ج) هر معامله تجاری در درون خود یک عنصر اعتماد دارد (ارو، ۱۹۹۹، ص ۳۵۷). افزایش معاملات تجاری نیازمند عنصر اعتماد است؛ زیرا سرمایه گذاری ها به منظور افزایش تعداد و اندازه چنین معاملاتی است. به همین دلیل در معاملات آینده می توان انتظار داشت که اعتماد اجتماعی بر میزان سرمایه گذاری ها تأثیرگذار باشد؛ د) اعتماد پیچیدگی جامعه مدرن را کاهش می دهد که به این معناست که گستره موارد احتمالی برای در نظر گرفتن هر معامله یا فعالیت اقتصادی کاهش

می‌یابد. بنابراین، اعتماد اجتماعی ممکن است به خودی خود به عنوان یک عامل کاهش خطر در معاملات عمل کند. به طور مثال، با ثبات و قابل پیش‌بینی کردن رفتارها، به افزایش بیشتر سرمایه‌گذاری‌ها یا کاهش هزینه سرمایه‌گذاری‌ها منجر می‌شود که هزینه‌های مبادله را کاهش می‌دهد؛ هـ) کشورها با اعتماد بالا با وجود دولت‌های رفاه رابطه معناداری دارند و دولت‌های رفاه ممکن است با رشد سریع‌تر همراه باشند (Rothstein 2003). اینکه کشورهای با اعتماد بالا بهتر توانسته‌اند دولت‌های رفاه را حفظ کنند، به این دلیل است که سطوح بالای اعتماد تا حدی این کشورها را از رفتارهای نامطلوب و مخاطرات اخلاقی جدا کرده است.

سازوکارهایی که بیان شد اعتماد اجتماعی را به طور ضمنی به عنوان عامل رشد اقتصادی در نظر می‌گیرند، اما هیچ‌کدام به صراحت بین اعتماد اجتماعی و رشد اقتصادی رابطه برقرار نکرده‌اند (Zak and Knack, 2001, Whiteley, 2000). برخی اقتصاددان بزرگ رشد، رابرت سولو (Robert Solow) به مانند کنت آرو، به استفاده از اعتماد اجتماعی برای رشد انتقاد می‌کنند و مانکور اولسون نیز به رابطه منفی اعتماد اجتماعی و رشد معتقد است. اولسون معتقد است که اعتماد جمعی می‌تواند قدرت دولت در اجرای اصلاحات لازم برای حفظ میزان بالای رشد اقتصادی را تضعیف کند. وی استدلال می‌کند که جوامع با ثبات توسعه‌یافته در خطر تشویق تشکیل سازمان‌های کنش جمعی در طول زمان هستند. سازمان‌هایی که به عنوان گروه‌های دارای منافع ویژه با کاهش کارایی اقتصادی، با تجمیع درآمد در جوامعی که در آن فعالیت می‌کنند و با ایجاد تفرقه بیشتر در زندگی سیاسی به رشد اقتصادی آسیب می‌زنند. بنابراین، سطوح بالای اعتماد لزوماً به رشد اقتصادی بیشتر منجر نمی‌شود (روث، ۲۰۲۲، ص ۱۷۵-۱۷۶). با وجود این، در مقابل استدلال اولسون انبوه مطالعات صورت گرفته رابطه مثبت میان اعتماد عمومی و رشد اقتصادی را نشان داده و مطالعات تجربی را در حمایت از این رابطه ارائه کرده است. از همین رو است که در سال‌های اخیر ادبیات اعتماد و سرمایه اجتماعی (Social Capital) به سرعت رشد کرده است.

۶. راه‌های تأثیر اعتماد اجتماعی بر توسعه اقتصادی

وایتلی (۲۰۰۰، ص ۴۵۱) در تبیین چگونگی رابطه میان اعتماد و رشد اقتصادی این ارتباط را در دو دسته مستقیم و غیرمستقیم دنبال کرده است. از نظر وی در هر دسته سه طریق برای تأثیر وجود دارد. وی نخستین عامل در تأثیر مستقیم را کاهش هزینه‌های مبادله بر عملکرد اقتصادی می‌داند. هزینه‌های مبادله به عنوان هزینه‌هایی تعریف می‌شوند که در فرآیندهای اقتصادی مبادله و تخصص صورت

می‌گیرند و معمولاً با بانکداری، بیمه، امور مالی، تجارت عمده فروشی و خرده فروشی یا تأمین خدمات حرفه‌ای از وکلا و حسابداران و غیره مرتبط هستند. در صورت وجود اعتماد عمومی، مردم عموماً معتقدند که دیگران صادقانه و طبق قوانین بازی خواهند کرد. تمایل شدید به پیروی از قوانین هزینه‌های اجرایی قراردادها را کاهش می‌دهد. بخش مالی (از جمله بانک و اوراق بهادار) به‌ویژه نسبت به هزینه‌های مبادله حساس است و از این رو اعتماد اجتماعی برای توسعه بخش مالی لازم است. در جوامعی که سطح بالایی از اعتماد وجود دارد، هزینه‌های مبادله باید کمتر باشد. در این جوامع وکلا، نیروی انتظامی و بیمه‌نامه‌های کمتری، برای محافظت در برابر خطرات احتمالی، مورد نیاز است. از جنبه‌ای دیگر و با عنایت به شرایط جدید جامعه بین‌المللی، تحقیق و توسعه فناوری پیشرفته و اقتصادهای دیجیتال در حال تکامل نیاز بیشتری به اعتماد اجتماعی دارد. فوکویاما بسیاری از تحقیق و توسعه با فناوری پیشرفته را به مبادلات غیررسمی حقوق مالکیت معنوی وابسته می‌داند. مبادلات رسمی مستلزم هزینه‌های مبادله بیش از حدی است که سرعت مبادله را کاهش می‌دهد. همان‌طور که فعالیت‌های اقتصادی به طور فزاینده‌ای به صورت دیجیتال انجام می‌شود، تراکنش‌های اقتصادی الکترونیکی مانند تجارت الکترونیک از طریق اینترنت، به دلیل عدم ارتباط مستقیم، به اعتماد حساس‌تر می‌شوند. این امر جایگاه اعتماد اجتماعی را برای تراکنش‌های اقتصادی دیجیتال ارتقا می‌بخشد (وون، ۲۰۱۹^۱، ص ۳۸).

عامل دوم، سطوح بالای اعتماد است که سیاستمداران را قادر می‌سازد تا مشکلات (انگیزشی) کنش جمعی را حل کنند (روث، ۲۰۲۲^۲، ص ۱۷۴). اعتماد بین‌فردی انگیزه‌های فرصت‌طلبی و خودخواهی را کاهش داده و همکاری و هماهنگی را افزایش می‌دهد و «من به ما» تبدیل می‌شود. از آنجا که فعالیت‌های اقتصادی در عمل تنها توسط یک عامل صورت نگرفته و با حضور عوامل متعدد اقتصادی در یک جامعه یا سازمان انجام می‌شود، انجام کارآمد فعالیت‌های اقتصادی نیاز به هماهنگی و همکاری بین این عوامل متعدد دارد. از همین رو کم‌رنگ شدن خودخواهی در جوامع با اعتماد بالا، از نظر تئوری، باید کنار آمدن با مشکلاتی نظیر تولید آلاینده را آسان‌تر کند.

سومین اثر مستقیم از نظر وایتلی این است که اعتماد بالا مشکلات فعالیت‌های اقتصادی را کاهش می‌دهد. برای مثال، سازمان‌ها برای حفظ مدیران و متخصصان خود به ترتیبات قراردادی ساده‌تری متکی هستند. بنابراین، کارآفرینان با سطح اعتماد بالا از نظر تئوری هزینه‌های کمتری را برای نظارت بر تولید می‌پردازند. کاهش این مشکلات به کارآفرینان اجازه می‌دهد که زمان کمتری را

1. kwon

2. Roth

به نظارت بر کارکنان، تأمین‌کنندگان و شرکای تجاری اختصاص داده و در نتیجه زمان بیشتری برای پرداختن به نوآوری در محصولات یا فرآیندهای جدید خواهند داشت (روث، ۲۰۲۲، ص ۱۷۵).

اعتماد اجتماعی بر خلاقیت و نوآوری تأثیر می‌گذارد که می‌تواند بر آموزش و تقسیم کار و حتی بر همکاری تجاری تأثیرگذار باشد. در دوره معاصر، نه تنها اقتصاد کشورهای پیشرفته، بلکه بسیاری از اقتصادهای نوظهور، به سمت ساختاری مبتنی بر دانش حرکت می‌کنند که نیازمند جریان دائمی نوآوری برای بقاست. خلاقیت و نوآوری در ایجاد چیزی جدید، ارزشمندتر و راحت‌تر برای مصرف‌کنندگان، معمولاً از طریق پیوند دادن فن‌آوری‌ها، مهارت‌ها، ایده‌ها و طرح‌های موجود برای برآورده کردن تمایلات مصرف‌کنندگان در کار است و همکاری بین مردم - داخلی و بین‌المللی - با این اجزای خلاقیت نیازمند اعتماد، همکاری بین شرکای احتمالی است. نیاز افراد درگیر در فعالیت‌های خلاقانه برای خلاقیت خود به استقلال امری کاملاً شناخته شده است. با این وصف استقلال و خودمختاری معمولاً در موقعیت‌های شغلی که سطح اعتماد در آن پایین است مجاز شمرده نمی‌شود.

گذشته از این، اعتماد اجتماعی بالا می‌تواند به افزایش بهره‌وری شرکت‌ها، از طریق قادر ساختن آنان به تمرکززدایی سازمان‌های خود کمک کند. یکی از راه‌هایی که شرکت‌ها سازمان خود را غیرمتمرکز می‌کنند، تعیین وظایف خاص به تیم‌هایی از کارگران است. این موضوع ثابت شده است کار گروهی و سازماندهی کارگران در گروه‌های کوچک متخصص با استقلال گروهی قابل توجه تأثیر مثبت و بزرگی بر بهره‌وری شرکت دارد؛ اما برای کار گروهی موفق اعتماد در میان اعضای تیم امری حیاتی است. در کشوری که فاقد اعتماد اجتماعی بالاست، شرکت‌ها به دلیل احتمال سوءاستفاده تیم از استقلال خود، تمایلی به اعطای استقلال به یک تیم ندارند (وون، ۲۰۱۹، ص ۳۷-۳۸). در نتیجه، فرصت‌های افزایش بهره‌وری از بین می‌رود.

اما راه‌های غیرمستقیمی که وایتلی در تأثیر اعتماد بر توسعه و رشد اقتصادی شناسایی می‌کند عبارت‌اند از: اعتماد از طریق تعامل با الف) سرمایه‌گذاری فیزیکی؛ ب) سرمایه انسانی، و ج) همگرایی مشروط. از نظر وی در جوامع با اعتماد بالا، از یک سو، خطرپذیری کارآفرینان برای سرمایه‌گذاری در سرمایه فیزیکی باید بیشتر باشد؛ در حالی که از سوی دیگر، خطرپذیری کارکنان برای سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی باید بیشتر باشد. در نهایت، انتشار نوآوری‌ها و اجرای فناوری‌های جدید باید بیشتر باشد (روث، ۲۰۲۲، ص ۱۷۴).

در مورد افزایش سرمایه‌گذاری فیزیکی مناسب است به این توضیح در شرایط متحول تجارت جهانی توجه شود که برای توسعه اقتصادی تحت جهانی شدن اعتماد اجتماعی اهمیت فزاینده‌ای

پیدا کرده است. با تغییر شیوه‌های تولید و بازاریابی در روند تشدید جهانی شدن، رقابت شدید و درعین حال وابستگی متقابل ضروری بین کشورها شکل گرفته و در نتیجه، هیچ شرکتی، به تنهایی، نمی‌تواند تمام فعالیت‌های ارزش‌آفرینی را انجام دهد که در سراسر زنجیره ارزش دخیل هستند. اکنون، رویه رایج برای شرکت‌ها این است که بر فعالیت‌های اصلی خود با مزیت‌های رقابتی مانند تحقیق و توسعه، بازاریابی راهبردی و نام‌های تجاری تمرکز کنند و بقیه فعالیت‌های خلق ارزش خود را از طریق برون‌سپاری و همکاری در سراسر جهان تهیه کنند. در شرایطی که یک محصول از طریق فرآیند همکاری بین‌المللی تولید و سپس از طریق همکاری بین‌المللی به بازار جهانی عرضه می‌شود شرکت‌ها، برای رقابت در شرایط جهانی شدن، ناچار از تقسیم‌کار و تخصص در سراسر جهان برای تولید و بازاریابی هستند. میزان تخصص و همکاری بین‌المللی به هزینه‌های مبادله‌ای بستگی دارد که به نوبه خود به سطح اعتماد اجتماعی بستگی دارد. اکنون در نظر بگیرید در بازاریابی یک محصول یک کشور در بازارهای بین‌المللی، تصویری مهم باشد که خارجی‌ها از کشور یادشده دارند. اگر وجهه کشور به صورت بسیار مثبت مورد توجه قرار گیرد، احتمالاً محصولات در بازارهای بین‌المللی بهتر مورد استقبال قرار خواهند گرفت. وجهه بین‌المللی یک کشور توسط عوامل زیادی شکل می‌گیرد، از جمله برداشت خارجی‌ها از فرهنگ آن، سطح اعتماد اجتماعی در بین شهروندان، و تحمل و پذیرش فرهنگ‌های خارجی (وون، ۲۰۱۹، ص ۳۶-۳۷). بدین ترتیب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI)، می‌تواند به کشورهایی که از اعتماد اجتماعی بالایی برخوردارند جذب شده و سرمایه، فناوری، دانش مدیریتی و مهارت‌های بازاریابی را برای کشورهای میزبان فراهم کند. همچنین، افزایش رقابت‌پذیری کشورهای میزبان از طریق شبکه‌سازی، رقابت و بهبود نهادها و شفافیت به همراه دارد. بنابراین، اعتماد اجتماعی کشورهای میزبان به عنوان یک متغیر مهم فزاینده در جذب سرمایه‌گذاری مستقیم اهمیت دارد. شرکت‌های بزرگ بین‌المللی تمایل ندارند در کشوری که اعتماد عمومی پایین دارد سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، از جمله سرمایه‌گذاری‌های مشترک بین‌المللی انجام دهند.

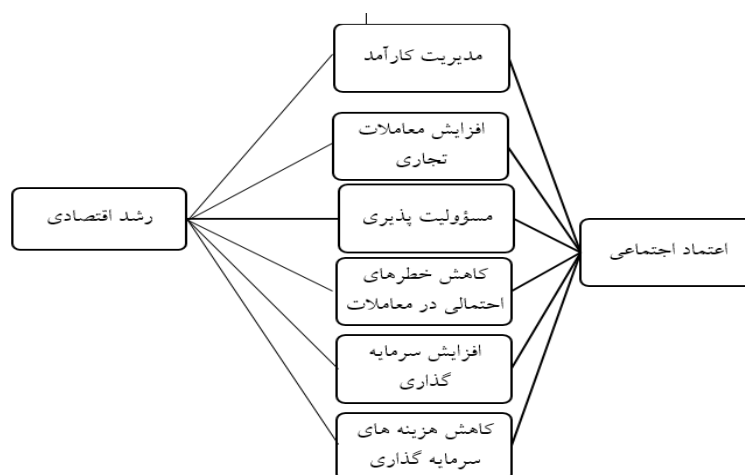
طریق غیرمستقیم دیگر تأثیر اعتماد اجتماعی بر توسعه اقتصادی کمکی است که اعتماد اجتماعی به اجرای موفق سیاست‌های اقتصادی و حاکمیت قانون می‌کند. یک جامعه با اعتماد بالا، عرصه مجریان و سیاستمداران صادق را افزایش می‌دهد. اگر اعتماد به دولت و مسئولان آن زیاد باشد، اعتماد اجتماعی به سیاست‌های آنها نیز بالا خواهد بود. سپس مردم فعالیت‌های اقتصادی خود مانند سرمایه‌گذاری و مصرف را در راستای سیاست‌های دولت انجام می‌دهند و سیاست‌ها را موفق می‌کنند. به طور مشابه، اعتماد اجتماعی بالا از طریق اجرای بهتر حاکمیت

قانون، رشد اقتصادی را افزایش می‌دهد. حاکمیت قانون بهتر، به‌نوبه‌خود، به مردم کمک می‌کند تا در انجام سرمایه‌گذاری‌های پرخطر و فعالیت‌های اقتصادی و همچنین کاهش هزینه‌های مبادله احساس امنیت کنند (وون، ۲۰۱۹، ص ۳۶-۳۸).

۷. نتیجه‌گیری

در جهان امروز رشد اقتصادی بدون تحقق اعتماد اجتماعی ممکن نمی‌نماید. برای دستیابی به رشد اقتصادی مبتنی بر ارزش‌های انسانی و اسلامی باید به اعتماد عمومی اهمیت داده و عوامل مخل آن را برطرف نمود. وضعیت‌شناسی اعتماد اجتماعی برای رشد اقتصادی در ایران معاصر با روش تطبیق الگو هدف این مقاله بود. نشان داده شد که برای رشد اقتصادی، وجود اعتماد اجتماعی امری ضروری و لازم است و چون سطح اعتماد اجتماعی در چند دهه اخیر در ایران کاهش یافته است، برنامه‌های توسعه اجتماعی و رشد اقتصادی، افزایش سطح سرمایه و انسجام اجتماعی و همچنین، بنیان‌نهادن تمدن نوین اسلامی در چند دهه اخیر موفقیت‌چندانی نداشته است.

اما پرسش دیگر این مقاله آن است که چگونه سطح اعتماد اجتماعی بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد و به‌دیگرسخن، مکانیسم تأثیر اعتماد اجتماعی بر رشد اقتصادی چیست؟ اگرچه نتیجه تعدادی از تحقیقات درخصوص رابطه اعتماد اجتماعی و رشد اقتصادی منفی بوده است، اما نتیجه بسیاری از تحقیقات دیگر مکانیسم یا عوامل میانجی تأثیر اعتماد اجتماعی بر رشد اقتصادی را چنین برشمرده‌اند: مسئولیت‌پذیری، مدیریت کارآمد، افزایش معاملات تجاری، کاهش دهنده خطرهای احتمالی در معاملات، افزایش سرمایه‌گذاری، افزایش سرمایه‌گذاری، کاهش هزینه‌های سرمایه‌گذاری، ایجاد دولت‌های رفاه.



منابع

۱. اسدآبادی، سیدجمال‌الدین (۱۴۰۱)، الرد علی الدهرین، تحقیق محمود ابوریه. بیروت: دارالزهرا.
۲. توسلی، غلامعباس (۱۳۷۳)، نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: سمت.
۳. دانایی‌فرد، حسن، آذر، عادل، و صالحی، علی (۱۳۸۸)، قانون‌گریزی در ایران: تبیین نقش عوامل سیاسی، اقتصادی، قانونی، مدیریتی و اجتماعی-فرهنگی. پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی، ۱۱(۳)، ص ۶۵-۷.
۴. زارع، بیژن، و روهنده، مجید (۱۳۹۴)، بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت اجتماعی-سیاسی مطالعه‌ای در باب شهروندان بالای ۱۸ سال شهر کرج. مجله مطالعات اجتماعی ایران، ۹(۲)، ص ۶۴ - ۸۷.
۵. زتومکا، پیوتر (۱۳۹۱)، اعتماد، نظریه جامعه‌شناختی، ترجمه غلامرضا غفاری. تهران: شیرازه.
۶. علی‌پور، پروین، زاهدی، محمدجواد، و شیانی، ملیحه (۱۳۸۸)، اعتماد و مشارکت (بررسی رابطه بین اعتماد و مشارکت اجتماعی در شهر تهران). مجله جامعه‌شناسی ایران، ۱۰(۲)، ص ۱۰۹-۱۳۵.
۷. کافی، مجید (۱۳۹۴)، نظریه اجتماعی ارتباط. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۸. کلمن، جیمز (۱۳۷۷)، بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.
۹. المجلسی، محمد باقر (۱۴۰۳)، بحار الأنوار الجامعه لدرر اخبار الائمه الاطهار، بیروت: مؤسسه الوفا.
۱۰. معیدفر، سعید، و جهانگیری، پرویز (۱۳۸۸)، «اعتماد اجتماعی تعمیم یافته و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن مطالعه موردی شهر ارومیه»، دانشنامه علوم اجتماعی، ۱۱(۱)، ص ۴۷-۶۷.
۱۱. نهج البلاغه، نامه ۵۳، چاپ صبحی صالح، بیروت ۱۳۸۷/۱۹۶۷، چاپ افست قم.
12. <https://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp> (WVS)
سازمان بررسی ارزش‌های جهانی
13. <https://ircud.i>
مرکز رصد فرهنگی کشور
14. <https://rc.majlis.ir/fa>
مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی
15. <https://www.amar.org.ir>
مرکز آمار ایران
16. <https://www.isna.ir>
خبرگزاری دانشجویان ایران
17. <https://www.irna.ir/>
خبرگزاری جمهوری اسلامی

18. Arrow, Kenneth (1999), Observations on social capital. in P. Dasgupta and I. Serageldin (eds), *Social Capital: A Multifaceted Perspective*, Washington, DC: World Bank, 3–5.
19. Berggren, N. and C. Bjornskov (2009), Is the importance of religion in daily life related to social trust? Cross-country and cross-state comparisons. Ratio Working Paper 143, the Ratio Institute.
20. Bjornskov, C. (2007), Determinants of generalised trust: a cross-country comparison. *Public Choice*, 130(1–2), 1–21.
21. Bjørnskov, Christian (2012), How Does Social Trust Affect Economic Growth?, *Southern Economic Journal*, 78(4), 1346–1368.
22. Coleman, J. (1988), Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(4), S95–S120.
23. Coleman, J. (1990), *Foundation of Social Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
24. DeConick, J.B. (2010), The effect of organizational justice, perceived organizational support, and perceived supervisor support on marketing employees' level of trust, *Journal of Business Research*, 63(12), 1349–55.
25. Delhey, J. and K. Newton (2003), Who trusts? The origin of social trust in seven societies., *European Societies*, 5(2), 93–137.
26. Delhey, J. and K. Newton (2005), Predicting cross-national levels of social trust: global pattern or Nordic exceptionalism. *European Sociological Review*, 21(4), 311–27.
27. DeSteno, D. and P. Valdesolo (2011), *Out of Character: Surprising Truths about the Liar, Cheat, Sinner (and Saint) Lurking in All of Us*. NY: Random House LLC.
28. Ermisch, J. and D. Gambetta (2010), Do strong family ties inhibit trust? *Journal of Economic Behavior and Organizations*, 75(3), 365–76.
29. Fukuyama, F. (1995), *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: Simon & Schuster.
30. Fukuyama, F. (2010), Social capital, civil society and development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7–22.
31. Helliwell, J.F. and R.D. Putnam (2004), The social context of well-being. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 359(1449), 1435–46.

32. Hofstede, G. (1991), *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. London: McGraw-Hill.
33. Jun, Sangjoon (2015), The nexus between FDI and growth in the SAARC member countries. *Journal of East Asian Economic Integration*, 19(1), 39–69.
34. Kelleher, C.A. and J. Wolak (2007), Explaining public confidence in the branches of state government. *Political Research Quarterly*, 60(4), 707–21.
35. Knack, S. and P. Keefer (1997), Does social capital have a payoff? A cross-country investigation. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(4), 1251–88.
36. Knack, S. and P.J. Zak (2003), Building trust: public policy, interpersonal trust, and economic development. *Supreme Court Economic Review*, 10, 91–107.
37. Kotzian, Peter (2010), Conditional trust: the role of individual and system-level features for trust and confidence in institutions. *Zeitschrift für Vergleichende Politikwissenschaft*, 5(1), 25–49.
38. Kwon, O. Yul (2019), *Social Trust and Economic Development: The Case of South Korea*. Edward Elgar Publishing Limited
39. Larzelere, R.J. and T.L. Huston (1980), The dyadic trust scale: toward understanding interpersonal trust in close relationships. *Journal of Marriage and the Family*, 42(3), 595–604.
40. Morrone, A., N. Tontoranelli & G. Ranuzzi (2009), How good is trust? Measuring trust and its role for the progress of societies. OECD Statistics Working Paper, OECD.
41. Newton, K. (2006), Political support: social capital, civil society and political and economic performance. *Political Studies*, 54(4), 846–64.
42. Newton, K. (2013), Social and political trust. Norwegian Social Science Data Services, retrieved from the website of European Social Survey Education Net. Available at: <http://essedunet.nsd.uib.no/cms/topics/2/>.
43. Offe, Claus (1999), How can we trust our fellow citizens?. in Mark E. Warren (ed.), *Democracy and Trust*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.
44. Paldam, M. and G.T. Svendsen (2000), An essay on social capital: looking for the fire behind the smoke. *European Journal of Political Economy*, 16(2), 339–66.
45. Putnam, R.D. (1993), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. NJ, USA: Princeton University Press.

46. Putnam, R.D. (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
47. Roth, Felix (2022), *Intangible Capital and Growth Essays on Labor Productivity, Monetary Economics, and Political Economy*. Vol. 1, Springer
48. Rothstein, B. and D. Stolle (2008), The state and social capital: an institutional theory of generalized trust. *Comparative Politics*, 40(4), 441–59.
49. Rothstein, Bo and E.M. Uslaner (2005), All for all: equality, corruption, and social trust, *World Politics*, 58(1), 41–72.
50. Uslaner, Eric M. (2008), The foundations of trust: macro and micro. *Cambridge Journal of Economics*, 32(2), 289–94.
51. Warren, Mark E. (1999), Introduction. in Mark E. Warren (ed.), *Democracy and Trust*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.
52. Zak, P.J. and S. Knack (2001), Trust and growth. *Economic Journal*, 111(470), 295–321.
53. Whiteley, P. F. (2000), Economic growth and social capital. *Political Studies*, 48, 443–466.