JEDS
Online ISSN:
۲۶۷۶-۴۶۶۰

جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه

https://sociology.tabrizu.ac.ir

دین‌داری، اعتماد و امانت‌داری در اقتصاد آزمایشگاهی: رویکردی میان‌رشته‌ای به نقش ابعاد دین‌داری در تبیین رفتار اقتصادی در سطح خرد

حبیب انصاری سامانی[۱*]، علیرضا پورفرج[۲]، محمدتقی گیلک‌حکیم‌آبادی[۳]، حدیث دالوندی[۴]

۱- نویسنده مسئول*، گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران. رایانامه: h.samani@yazd.ac.ir
۲- گروه اقتصاد، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران، مازندران، ایران. رایانامه: a.pourfaraj@umz.ac.ir
۳- گروه اقتصاد، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران، مازندران، ایران. رایانامه: mgilak@umz.ac.ir
۴- گروه اقتصاد، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران. رایانامه: dalvandi.h@ase.ui.ac.ir

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخچه مقاله:
دریافت: ۱۴۰۵/۰۲/۰۷
پذیرش: ۱۴۰۵/۰۶/۱۵
انتشار: ۱۴۰۵/۰۷/۳۰

کلیدواژه‌ها:
دین‌داری، اعتماد، امانت‌داری، بازی سرمایه‌گذاری، اقتصاد آزمایشگاهی.

چکیده

هدف پژوهش: این مطالعه با رویکردی میان‌رشته‌ای در چارچوب اقتصاد آزمایشگاهی به بررسی رابطه ابعاد چهارگانه دین‌داری (اعتقادات، عبادیات، اخلاقیات و شرعیات) با رفتار اعتماد در سطح خرد می‌پردازد و شاخص کلی را به عنوان معیار ترکیبی این ابعاد مورد آزمون قرار می‌دهد.

روش پژوهش: دین‌داری با پرسشنامه مبتنی بر چهار بعد اصلی (اعتقادات، عبادیات، اخلاقیات و شرعیات) سنجیده شد و شاخص کلی نیز به عنوان ترکیبی از این ابعاد محاسبه گردید. رفتار اعتماد از طریق بازی سرمایه‌گذاری متقابل دومرحله‌ای با شریک ناشناس روی ۱۰۴ نفر از دانشجویان دانشگاه مازندران اندازه‌گیری شد. داده‌ها با روش رگرسیون سلسله‌مراتبی تحلیل گردید.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که دین‌داری به‌عنوان شاخص کلی، رابطه معنی‌داری بر اعتماد ندارد که همسو با مطالعات پیشین است. اما با تفکیک ابعاد، نتایج پیچیده‌تری ظاهر شد: «عبادیات» و «اعتقادات» در سطح ۱۰ درصد رابطه منفی با اعتماد داشتند و «اخلاقیات» رابطه مثبت با آن دارد. همچنین افراد با نمره بالا در «شرعیات»، به طور معنی‌داری امانت‌دارتر بودند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که ابعاد مختلف دین‌داری روابط متمایز و گاه متضادی بر رفتار اقتصادی دارند.

نتیجه‌گیری: یافته‌ها نشان می‌دهد که عدم مشاهده رابطه معنی‌دار دین‌داری کلی با اعتماد در پژوهش‌های پیشین، ناشی از روابط متناقض و ناهمساز ابعاد مختلف آن است. به عبارت دیگر، برخی ابعاد دین‌داری (مانند اخلاقیات) اعتماد را افزایش و برخی دیگر (مانند اعتقادات و عبادیات) آن را کاهش می‌دهند. این تضادها درون یک شاخص ترکیبی، یکدیگر را خنثی کرده و منجر به عدم معنی‌داری رابطه کلی می‌شوند. بنابراین توجه به ابعاد جزئی‌تر دین‌داری برای درک نقش واقعی آن بر رفتار اقتصادی ضروری است.

استناد: انصاری‌سامانی، حبیب؛ پورفرج، علیرضا؛ گیلک‌حکیم‌آبادی، محمدتقی؛ دالوندی، حدیث. (۱۴۰۵). دین‌داری، اعتماد و امانت‌داری در اقتصاد آزمایشگاهی: رویکردی میان‌رشته‌ای به نقش ابعاد دین‌داری در تبیین رفتار اقتصادی در سطح خرد، ***جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه***، ۱۵ (۲)، ۱۵۰-۱۲۹.

تمامی حقوق انتشار این اثر، متعلق به نشریه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه تبریز می‌باشد.

این مجله تابع سیاست دسترسی باز از نوع CC By: 4 است.

10.22034/jeds.2026.72062.1938

مقدمه

دین، به عنوان یک نهاد غیررسمی، نقش مهمی در توسعه اجتماعی و اقتصادی ایفا می‌کند (بکر و همکاران[۱]، ۲۰۲۴؛ فنگ و همکاران[۲]، ۲۰۲۳؛ ژونگ و همکاران[۳]، ۲۰۱۶) و از طریق رابطه با رفتارهای عاملان اقتصادی بر متغیرهای مهم اقتصاد تاثیر می‌گذارد (احمد[۴]، ۲۰۲۴؛ آلداشو و پلاتیو[۵]، ۲۰۱۴؛ تن[۶]، ۲۰۰۶). به عنوان مثال، مک‌کلیری و بارو[۷] (۲۰۰۶) بیان می‌کنند که حضور در کلیسا، رشد تولید ناخالص داخلی را کاهش و اعتقادات به زندگی پس از مرگ تولید را به دلایلی که مشخص نیست، افزایش می‌دهد. از یک طرف، تولید ناخالص داخلی به علت صرف زمان برای مراسمات دینی کاهش می‌یابد (لیپفورد و تولیسون[۸]، ۲۰۰۳) و از طرف دیگر، مذهب از طریق ارتقای رفتار اجتماع محور[۹] نوعی کالای عمومی ایجاد می‌کند و باعث ارتقای رشد اقتصادی می‌شود (لیپفورد و همکاران[۱۰]، ۱۹۹۳).

رفتارهای اقتصادی شامل انتخاب‌ها و قضاوت‌های فردی و اجتماعی به شدت تحت با عواملی مانند فرهنگ و دین رابطه دارند (فونو و همکاران[۱۱]، ۲۰۲۴؛ لی و ژو[۱۲]، ۲۰۱۶؛ یاناکن[۱۳]، ۱۹۹۸). دین از دو طریق می‌تواند اقتصاد را تحت تاثیر قرار دهد: اول این‌که دین‌داران، اعتقادات و باورهای خاصی داشته و هنجارهای مشخصی را رعایت می‌کنند و دوم این‌که دین، نوعی هویت گروهی ایجاد می‌کند (آگاروالا و همکاران[۱۴]، ۲۰۱۹؛ هافمن[۱۵]، ۲۰۱۳). از این رو، مطالعه رابطه دین با رفتار اقتصادی در روش‌های تجربی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است (هافمن، ۲۰۱۳). رابطه دین با متغیرهای اجتماع محور مانند اعتماد (تن و ووگل[۱۶]، ۲۰۰۸)، مشارکت (سوسیس و رافل[۱۷]، ۲۰۰۳؛ راند و همکاران[۱۸]، ۲۰۱۴) و بخشندگی و انصاف (اکل و گروسمن[۱۹]، ۲۰۰۴) در مطالعات پیشین بررسی شده است و بنابراین، می‌توان گفت که موضوع مهم‌ترین حوزه پژوهشی مطالعات اقتصاد آزمایشگاهی[۲۰]، دین است. در این میان، اعتماد به عنوان یکی از شاخص‌ترین ابعاد سرمایه اجتماعی تاثیر به سزایی بر پیامدهای اقتصادی دارد و بنابراین، دین‌داری به طریق مستقیم می‌تواند با اعتماد رابطه داشته باشد، به خصوص از طریق مجامع و مراسمات مذهبی (دینگمانز و فن اینگن[۲۱]، ۲۰۱۵؛ رافل و سوسیس[۲۲]، ۲۰۰۶؛ یاناکن، ۱۹۹۸). همچنین، دین به طور غیرمستقیم و از طریق رابطه با متغیرهای روانشناختی بر اعتماد تاثیر می‌گذارد (روتار و همکاران[۲۳]، ۲۰۲۵). افراد از طریق طبقه‌بندی اجتماعی[۲۴]، دنیای پیچیده را ساده و نظام‌مند می‌کنند که این طبقه‌بندی‌ها، ویژگی‌های

1. Becker et al.
2. Feng et al.
3. Zhong et al.
4. Ahmed
5. Aldasheva & Platteaua,
6. Tan
7. McCleary & Barro
8. Lipford & Tollison
9. Prosocial Behavior
10. Lipford et al.
11. Fonu et al.
12. Li & Zhu
13. Iannaccone
14. Agarwala et al.
15. Hoffmann
16. Tan & Vogel
17. Sosis & Ruffle
18. Rand et al.
19. Eckel & Grossman

۲۰. Experimental Economics: شاخه‌ای از علم اقتصاد که با استفاده از روش‌های آزمایشگاهی و کنترل‌شده به بررسی رفتار اقتصادی عاملان در شرایط تصمیم‌گیری واقعی می‌پردازد و امکان استخراج روابط علّی را فراهم می‌آورد.

21. Dingemans & Van Ingen
22. Ruffle & Sosis
23. Rutar et al.
24. Social categorization

خاصی (مانند امانت‌داری) را به افرادی که متعلق به گروه‌های خاصی هستند (به عنوان مثال، افراد دین‌دار) تخصیص می‌دهند (تن و ووگل، ۲۰۰۸). تحقیق حاضر، آزمونی را معرفی نموده و انجام می‌دهد که رابطه دین و رفتار اعتماد را مورد ارزیابی قرار خواهد داد. از این رو فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر تعریف می‌گردند.

فرضیه ۱: بعد اعتقادات دین‌داری با اعتماد بین‌فردی رابطه معنی‌دار دارد.
فرضیه ۲: بعد عبادیات دین‌داری با اعتماد بین‌فردی رابطه معنی‌دار دارد.
فرضیه ۳: بعد اخلاقیات دین‌داری با اعتماد بین‌فردی رابطه معنی‌دار دارد.
فرضیه ۴: بعد شرعیات دین‌داری با اعتماد بین‌فردی رابطه معنی‌دار دارد.
فرضیه ۵: بعد اعتقادات دین‌داری با امانت‌داری رابطه معنی‌دار دارد.
فرضیه ۶: بعد عبادیات دین‌داری با امانت‌داری رابطه معنی‌دار دارد.
فرضیه ۷: بعد اخلاقیات دین‌داری با امانت‌داری رابطه معنی‌دار دارد.
فرضیه ۸: بعد شرعیات دین‌داری با امانت‌داری رابطه معنی‌دار دارد.

ادبیات پژوهش

مبانی نظری

بنابر سوالی که باستون و همکاران[1] (۱۹۹۳) می‌پرسند: «آیا مردم مذهبی آن‌چه را که به آن موعظه شده‌اند عمل می‌کنند؟» با وجود این‌که به نظر می‌رسد دین (که نظام تربیتی و فکری مشخصی دارد) بر رفتار اقتصادی تأثیر مشخصی می‌گذارد، وجود و میزان این تأثیر می‌تواند به شدت تحت تاثیر شرایط دیگری باشد. اول این‌که ممکن است فرد در حوزه‌های مختلف دینی قرائت خاصی از بایدها و نبایدها داشته باشد. موضوع دیگر به میزان تعهد و دلبستگی فرد به عقاید خود مرتبط است. ممکن است فرد در حد شفاهی به برخی اصول مقید باشد اما در عمل، اخلاقیاتی را که به صورت نظری قبول دارد رعایت نکند. همچنین، ارزش‌های اخلاقی (و دینی) متفاوت گاهی باهم در تضاد هستند. مثلاً (عدالت، انصاف، ایثار و نوع دوستی). از این رو، ممکن است تحت تاثیر این ارزش‌ها، رفتارهای متفاوتی بروز کند. احتمال دیگر این است که با وجود این‌که فردی که مختصات دین‌داری را به لحاظ علمی (مشخصات دین فردی با مقیاس‌های معتبر اندازه‌گیری) دارد ممکن است نظام تربیتی ارزش‌های اخلاقی– اجتماعی را تفهیم و یا به خوبی درونی نکرده باشد. از این رو، به دلایل ذکر شده و دلایلی بیشتری که می‌توان مطرح کرد با وجود آن‌که می‌توان رابطه بین دین‌داری و رفتار را به صورت نظری پیش‌بینی کرد–در این بخش این روابط تبیین می‌شوند– اما به دلایل گفته شده، نمی‌توان از تحقق این روابط در دنیای بیرون از ذهن مطمئن بود.

دین و اعتماد

اعتماد یعنی تکیه کردن بر دیگری، واگذارکردن کار به کسی، سپردن چیزی به کسی، وثوق و اطمینان (معین، ۱۳۸۸). اعتماد بین‌فردی[2] نیز به عنوان انتظار یا باوری نسبت به قابلیت اعتماد بودن، صداقت و نیات خیرخواهانه دیگران در تعاملات اجتماعی تعریف می‌شود. این نوع اعتماد، بر خلاف اعتماد نهادی یا سیستمی، به ارزیابی فرد از ویژگی‌های طرف مقابل در یک رابطه دوسویه اشاره دارد و در پژوهش‌های رفتاری معمولاً از طریق موقعیت‌های تصمیم‌گیری مانند بازی سرمایه‌گذاری[3] اندازه‌گیری می‌شود که در آن، فرد با یک شریک ناشناس مواجه شده و بدون اطلاع از هویت یا پیشینه او، باید درباره میزان اعتماد خود تصمیم بگیرد. برخی اعتماد را پیمان دوجانبه با دیگران در جهت کسب مقصد و اجرای رفتاری توصیف کرده‌اند. مفهوم دوجانبه را چنین تفسیر می‌کنند که وقتی مشاهده می‌کنیم که دیگران به آنچه می‌گویند عمل می‌کنند، آن‌ها در نظر ما قابل اعتماد شناخته می‌شوند و با اجرای کارها بر این اساس، اعتماد دوجانبه بیشتر می‌شود. برعکس، وقتی رفتار افراد با

1. Batson et al.
2. Interpersonal Trust
3. Investment Game

بی‌احترامی همراه است به آن‌ها اعتماد نمی‌شود (سید جوادین، ۱۳۷۸). اساسی‌ترین پایه و ستون سرمایه اجتماعی، چیزی جز «اعتماد» نیست. وقتی سرمایه اجتماعی در جامعه‌ای وجود داشته باشد، فرد دیگر انتظارش را مستقیماً از طرف مقابلش نخواهد داشت؛ بلکه امید دارد که ساختار فراگیر و مشترکی که هر دو بازیگر اجتماعی در چهارچوب آن با هم تعامل می‌کنند، تضمین‌کننده پاداش و نتیجه کار برای او از سوی سازمان یا گروه باشد.

اعتماد نقش نوعی روان‌ساز را در روابط اجتماعی و اقتصادی بازی می‌کند. این مفهوم برای سازمان‌ها اهمیتی روزافزون پیدا کرده و در شاخه‌های گوناگون علوم اجتماعی، موضوع پژوهش‌های زیادی بوده است. در میان جریان‌های فکری اثرگذار بر این حوزه، حتماً باید از ماکس وبر نام برد. بحث‌هایی که وبر پیش کشیده، در حقیقت پیرامون مقوله «اعتماد» شکل گرفته‌اند. این پرسش که اعتماد در بافت رسمی و غیررسمی چگونه پدید می‌آید و در یک زمینه اجتماعی چه الزامات و پیامدهایی برای افراد ایجاد می‌کند، در شکل‌دهی به مفهوم سرمایه اجتماعی نقشی بنیادین داشته است. خود اعتماد، گونه‌ای قرارداد نانوشته است که آدمی را به پذیرش خطر سوق می‌دهد؛ خطری که به گونه‌ای دوسر سودآور است و به نفع هر دو طرف تمام می‌شود. همین خطرپذیری در متن روابط اجتماعی- چه در کارهای فردی و چه جمعی- چیزی جز اعتماد نامیده نمی‌شود. به عبارت روشن‌تر، اعتماد یعنی افراد در یک موقعیت اجتماعی و در درون روابطشان آماده باشند که به دیگران توکل کنند و همزمان، در برابر همان میزان، دیگران نیز به آنان اعتماد نشان دهند (آلهاندرو، ۱۳۸۴، صص. ۳۱۸-۳۱۹). ممکن است رابطه دین‌داری با اعتماد پیچیده و شک برانگیز به نظر برسد؛ چرا که مذهب، اعتماد فرد به مقامات و شخصیت-های مذهبی و خدایان را تشویق می‌کند و از سوی دیگر، برخی از آموزه‌ها، مردم را به صورت طبیعی گناهکار فرض می‌کنند (شونفلد[1]، ۱۹۷۸). برخی مذاهب مانند انواع خاصی از کالوینیسم- که در آن توجه الهی در موفقیت‌های مادی فرد، در مقایسه با دیگران تلقی می‌گردد- ممکن است باعث شود معتقدان به چنین آموزه‌ای، زندگی را به شکل بازی حاصل جمع صفر ببینند و این اعتماد را کاهش دهد، اما قابل اعتماد بودن با اصول عقاید سازگار است و رفتارهای اخلاقی و معنوی اعتماد در فعل و انفعالات اجتماعی را تقویت می‌کند (یاناکن، ۱۹۹۸). به عنوان مثال، عیسی (ع) در انجیل لوقا فرمود: فرد در مورد اعتمادی که به او شده باید مسئولیت‌پذیر باشد (جانسون، ۱۹۹۱، صص. ۲۷-۱۲). همچنین، اعتماد در توصیه‌های دین اسلام مورد توجه است. آیات و روایاتی که توصیه به امانت‌دار بودن، خیانت نکردن و اصل اعتماد کردن به افراد در عین حال اعتماد نکردن به افرادی که شرایط خاصی را ندارند حاکی از این مهم‌اند. به عنوان مثال، موارد زیر برخی از این توصیه‌ها را نشان می‌دهد.

- خدا به شما امر می‌کند که البته امانت‌ها را بر صاحبان آن‌ها باز دهید (نساء، آیه ۵۸).
- ای اهل ایمان از پندار و گمان (بد) در حق یکدیگر اجتناب کنید (حجرات، آیه ۱۲).
- این پروردگار بود که میان دل‌های ایشان پیوند و مهربانی پدید آورد. اگر همه‌ی آنچه در زمین وجود دارد انفاق می‌کردی، نمی‌توانستی دل‌هایشان را به یکدیگر نزدیک سازی. ولی خداوند میان آنان الفت برقرار ساخت، چرا که او دارای عزت مطلق و فرزانگی بی‌نهایت است (انفال، آیه ۶۳).
- مردی از امام صادق (ع) در مورد گوشت گوسفندانی که چوپان یهودی و نصرانی سر می‌برد پرسید. ایشان فرمودند: نه آن را داخل اموالت کن و نه از گوشت آن بخور ... که در این باره به جز مومنین نمی‌توان اعتماد کرد.
- لزوم اجتناب از سپردن اموال به افرادی که مورد اعتماد نیستند (نساء، آیه ۵).
- آن که با تو معاشرت و رفت‌وآمد دارد، حقش این است که نه او را فریب دهی، نه با او نیرنگ بازی کنی، نه دروغ بگویی، نه او را غافل کنی و نه برایش دام پهن نمایی. در برابر کسی که به تو اعتماد می‌کند، باید هر چه در توان داری انجام دهی. بدان که خیانت در اعتماد دیگران و فریب آدمی که به تو دل بسته، چیزی جز سود بردن از راه باطل و شبیه ربا نیست (محمدی راد، ۱۳۷۸).

1. Schoenfeld

– حقی که شریک تو بر گردن تو دارد این است که اگر او سر کار حاضر نبود، امور مربوط به او را انجام دهی و دارایی‌هایش را به درستی نگهبانی و چه در مقدار کم و چه زیاد، در اموال او خیانت نکنی. چون که از پیامبر خدا به ما رسیده که فرمود: تا وقتی دو شریک به یکدیگر خیانت نکنند، دست حمایت و برکت خدا بالای سر آنان قرار دارد (محمدی راد، ۱۳۷۸).

بر این اساس انتظار می‌رود افراد دین‌دار در شرایط مشخص رفتار متفاوتی نسبت به افراد با تعلق دینی کم یا بدون تعلق دینی بروز دهند.

ابعاد شخصیت و رفتار اقتصادی

ابعاد پنج‌گانه شخصیت می‌توانند روابط متفاوتی با رفتارهای مختلف اقتصادی داشته باشند. به عنوان مثال، پالوس و ویلیامز[1] (۲۰۰۲) اشاره می‌کنند که برخی افراد با نمره پایین در بُعد باوجدان بودن، گرایش به خودخواهی، بی‌عاطفگی و بدخواهی دارند. همچنین، برسزکی و چیبور[2] (۲۰۱۴) به بررسی تاثیر ابعاد شخصیت بر رفتار ماکیاولیستی و از طریق آن بر رفتار اقتصادی پرداخته و اشاره می‌کنند که رابطه عکس ماکیاولیستی بودن با شاخص دلپذیر بودن و همچنین، رابطه معکوس آن با وظیفه‌مداری باعث می‌شود که این افراد گرایش به رفتارهای اجتماع‌گرا نداشته باشند و مثلاً انتظار می‌رود که آن‌ها در بازی کالای عمومی گرایش به سواری مجانی داشته باشند. افراد با نمره بالا در مقیاس دلپذیر بودن، دوستانه، بخشنده، کمک‌کننده و خیرخواه هستند. از این رو، انتظار می‌رود این افراد اعتماد بین‌فردی بالاتری داشته و امانت‌دارتر باشند (کوییجانو–سانچز و همکاران[3]، ۲۰۱۰). از آن‌جا که افراد با امتیاز بالا در مقیاس روان‌رنجوری نسبت به وقایع پیرامون بدبین هستند. ترس اجتماعی، احساس خصومت و بدبینی به محیط کار باعث می‌شود تا به علت ترس از عدم بازگشت مبلغ، پیشنهادهای ریسک‌گریزانه‌ای ارائه کنند. همچنین، ترس از مشارکت نکردن افراد دیگر در بازی اعتماد[4] موجب ظهور رفتاری با وجه اجتماعی پایین‌تر می‌گردد (لونکوئیست و همکاران[5]، ۲۰۱۱). انتظار می‌رود که افراد با نمره بالا در مقیاس برون‌گرایی، رفتارهای اجتماع‌گرای قوی‌تری را از خود نشان دهند. آن‌ها به علت داشتن انگیزه‌های جامعه‌گرایی، دوست داشتن مردم، هیجان طلبی، احساسات مثبت و خوش‌بینی، علاقه به ریسک‌های بزرگ در مشاغل، نوع دوستی، خوش قلبی و اعتماد احتمالاً در بازی اعتماد (در نقش پیشنهاددهنده) مقادیر بیشتری را برای فرد مقابل ارسال کنند و (در نقش امانت‌دار) مقادیر بیشتری را برگردانند.

با توجه به مطالبی که در این بخش ذکر شد، چارچوب نظری این پژوهش بر این ایده مرکزی استوار است که رابطه بین دین‌داری و رفتار اعتماد، برخلاف تصور رایج که آن را ساده و خطی فرض می‌کند، رابطه‌ای عمیقاً پیچیده، چندلایه و حتی متناقض است. مبنای فکری این چارچوب از پرسشی کلیدی نشأت می‌گیرد که باستون و همکاران مطرح کرده‌اند: آیا افراد مذهبی واقعاً به آنچه موعظه می‌شود عمل می‌کنند؟ پاسخ نظری به این سؤال مثبت به نظر می‌رسد، زیرا ادیان به ویژه اسلام و مسیحیت با تأکید بر مفاهیمی چون امانت‌داری، مسئولیت‌پذیری در قبال اعتماد دیگران و پرهیز از خیانت، انتظار رفتاری اخلاقی و قابل اعتماد را از پیروان خود تقویت می‌کنند. با این حال، پژوهش حاضر استدلال می‌کند که تحقق این رابطه در عمل به دلایل متعددی از جمله تفاوت در قرائت‌های دینی، میزان تعهد فردی، تضاد میان ارزش‌های اخلاقی گوناگون مانند عدالت در برابر ایثار، و درونی نشدن کامل نظام تربیتی دینی، هرگز قطعی و تضمین شده نیست. در کنار این، چارچوب نظری پژوهش نقش ابعاد پنج‌گانه شخصیت را جدی می‌گیرد و استدلال می‌کند که ویژگی‌هایی چون دلپذیر بودن، برون‌گرایی و روان‌رنجوری می‌توانند به طور مستقل بر اعتماد رابطه داشته باشند و لازم است رابطه دین‌داری جدای از این ویژگی‌ها سنجیده شود. خلاصه آنکه این پژوهش با اتخاذ رویکردی میان‌رشته‌ای و آزمایشگاهی، تلاش می‌کند تا نشان دهد که دین‌داری نه یک متغیر یکپارچه، بلکه مجموعه‌ای از ابعاد گاه متضاد است و رابطه واقعی آن با اقتصاد تنها از رهگذر بررسی این ابعاد در سطح خرد قابل کشف خواهد بود.

1. Paulhus & Williams
2. Bereczkei & Czibor
3. Quijano-Sanchez et al.
4. Trust Game
5. Lönnqvist et al.

پیشینهٔ تجربی

پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که رابطه بین دین‌داری و اعتماد اجتماعی موضوعی پیچیده و چندوجهی است که در سال‌های اخیر با رویکردهای مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است. روتار و همکاران (۲۰۲۵) در مطالعه‌ای بر روی جوانان ۱۶ تا ۲۹ ساله در کرواسی و اسلوونی به بررسی اثرات تعدیل‌کننده سن و دین‌داری بر رابطه بین اعتماد اجتماعی و سلامت روان پرداختند. آنها سلامت روان را با دو ابزار ارزیابی فرسودگی شغلی و مقیاس افسردگی، اضطراب و استرس سنجیدند و اعتماد اجتماعی را به دو نوع اعتماد به اعضای نزدیک خانواده و اعتماد عمومی تفکیک کردند. دین‌داری نیز از طریق حضور در مراسم مذهبی، اهمیت خدا در زندگی روزمره و حمایت دریافتی از سازمان‌های مذهبی اندازه‌گیری شد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که سن، رابطه بین اعتماد به اعضای نزدیک خانواده و فرسودگی شغلی را در هر دو کشور تعدیل می‌کند، ضمن اینکه رابطه بین اعتماد به اعضای نزدیک خانواده و افسردگی، اضطراب و استرس را تنها در کرواسی تحت تأثیر قرار می‌دهد. همچنین هر سه بعد دین‌داری رابطه بین اعتماد اجتماعی و سلامت روان را در کرواسی تعدیل کردند، اما این اثرات در اسلوونی مشاهده نشد. به طور کلی، اثر تعدیل‌کننده سن نشان می‌دهد که بلوغ روانی–اجتماعی در دوران نوجوانی می‌تواند تأثیر اعتماد کم به اعضای نزدیک خانواده بر سلامت روان را تعدیل کند.

در سطح کلان‌تر، کواتیا و همکاران[1] (۲۰۲۴) به بررسی تأثیر دین‌داری بر توسعه مالی در آفریقا پرداختند. آنها با استفاده از آزادی مذهب به عنوان نماینده دین‌داری و اعتبار داخلی به بخش خصوصی به عنوان نماینده توسعه مالی در بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰، نتایج رگرسیون چندک پانل را نشان دادند که دین‌داری ارتباط منفی با استفاده از خدمات مالی در تمام چندک‌ها دارد. علاوه بر این، مخارج دولت، باز بودن تجاری، آزادی انجمن‌ها و اجتماعات، جامعه مدنی و امنیت تأثیر مثبتی بر توسعه مالی در اقتصاد آفریقا داشتند. این یافته‌ها تأکید می‌کنند که حقوق اساسی بشر تأثیر معنی‌داری بر توسعه مالی دارد و دانش موجود را در مورد نقش آزادی شخصی در فعالیت‌های اقتصادی گسترش می‌بخشند.

در زمینه اعتماد به نهادهای سیاسی و مدنی، کای و هونگ[2] (۲۰۲۴) بر اساس نظرسنجی از ۳۷۴۰ ساکن هنگ‌کنگ، رابطه بین وابستگی مذهبی و اعتماد افراد باایمان به مقامات سیاسی پکن و هنگ‌کنگ و همچنین به فعالان مدنی را بررسی کردند. نتایج نشان داد که وابستگی به ادیان سنتی چینی و ادیان شرقی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر اعتماد افراد باایمان به مقامات سیاسی دارد، در حالی که اعتقاد به ادیان غربی چنین تأثیری ندارد. با این حال، وابستگی به ادیان غربی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر اعتماد بین فردی و تحمل رفتارهای غیرمتعارف نشان داد. فاکس و همکاران[3] (۲۰۲۲) نیز به بررسی تأثیر حمایت دولت از دین بر اعتماد اجتماعی پرداختند. در حالی که اکثر مطالعات قبلی بر عوامل فردی متمرکز بودند، این مطالعه استدلال کرد که وقتی دولت از دین اکثریت حمایت می‌کند، سطح همگنی و انطباق اعتقادی افزایش می‌یابد که به نوبه خود باعث افزایش اعتماد اجتماعی در میان پیروان آن دین می‌شود. با استفاده از داده‌های نظرسنجی دین، دولت و ارزش‌های جهانی، آنها نشان دادند که حمایت دولت از دین با سطوح بالاتر اعتماد اجتماعی مرتبط است.

یکی از مهم‌ترین یافته‌هایی که به طور مستقیم با رویکرد پژوهش حاضر مرتبط است، توسط والنته و آکولیچ–کوزارین[4] (۲۰۲۰) ارائه شده است. آنها با استفاده از نظرسنجی عمومی اجتماعی ایالات متحده آمریکا (GSS) با نمونه بیش از ده هزار نفر، به بررسی تأثیر تفکیک شاخص‌های دین‌داری اجتماعی و فردی بر اعتماد پرداختند. نتایج نشان داد که دین‌داری اجتماعی یا تعلق خاطر (مانند حضور در مراسم و عضویت در کلیسا) اعتماد بیشتری را پیش‌بینی می‌کند، در حالی که دین‌داری فردی یا اعتقاد (مانند دعا، نزدیکی و اعتقاد به خدا) اعتماد کمتری را نشان می‌دهد. آنها این یافته‌ها را با نظریه طرفداری درون گروهی و تحقیر برون گروهی توضیح دادند و استدلال کردند که ارتباط با خدا می‌تواند ارتباط با انسان‌ها را

1. Kwatia et al.
2. Cai & Hung
3. Fox et al.
4. Valente & Okulicz-Kozaryn

مختل کند. به طور خاص، پاسخ‌دهندگانی که ادعای اعتقاد به خدا داشتند، سطوح بالاتری از انسان‌گریزی[1] را نشان دادند. این مطالعه تأکید کرد که در نظر گرفتن همزمان دین‌داری فردی و اجتماعی ضروری است، زیرا این دو بُعد با هم همبستگی دارند اما اثرات متضادی بر اعتماد می‌گذارند.

در همین زمینه، دیلمقانی[2] (۲۰۱۶) با استفاده از نظرسنجی تنوع قومی کانادا، به بررسی رابطه بین هویت مذهبی و شدت مذهبی بودن با میزان اعتماد افراد پرداخت. یافته‌ها نشان داد که کاتولیک‌های رومی کانادایی به طور معنی‌داری کمتر از پروتستان‌های اصلی به دیگران اعتماد می‌کنند و بی‌دین‌ها در میانه این دو گروه قرار دارند. همچنین برای کاتولیک‌های رومی، تعهد مذهبی بالاتر با اعتماد کمتر به دیگران ناشناس همبستگی منفی داشت، در حالی که عکس این رابطه برای پروتستان‌ها صادق بود. جالب توجه اینکه تغییرات شدید بین فرقه‌ای در پروتستانتیسم مشاهده شد، به طوری که دو فرقه بسیار متعهد منونایت و پنطیکاستی به ترتیب به عنوان گروه‌های مذهبی با بیشترین و کمترین اعتماد در کانادا شناخته شدند. همچنین هیچ اقلیت مذهبی غیرمسیحی به طور معنی‌داری کمتر از کاتولیک‌های رومی کانادایی اعتماد نداشت.

در حوزه مطالعات آزمایشگاهی و بازی‌های اقتصادی، لچنر[3] (۲۰۱۳) با اجرای یک بازی اعتماد همراه با شخص ثالث تنبیه‌کننده روی ۱۴۸ دانشجو، به بررسی رابطه اعتماد و انصاف با دین‌داری پرداخت. در این مطالعه، به سرمایه‌گذاران و واکنش‌دهندگان، نقش و شاخص دین‌داری داور پرداخت‌هایشان اطلاع داده شد، اما این اطلاعات تصمیمات بازیکنان را نسبت به گروه معیار تغییر نداد. نتایج نشان داد که شاخص دفعات شرکت در مراسم مذهبی تأثیر منفی و معنی‌داری بر اعتماد و اثر مثبت بر تنبیه داشت، در حالی که شاخص دفعات مطالعه کتاب مقدس اثرات معکوسی نشان داد. همچنین پاسخ شرکت‌کنندگان به این سؤال که خدا را چقدر دوست دارند، رابطه مثبتی با میزان اعتماد داشت، اما امانت‌داری رابطه‌ای با شاخص‌های دین‌داری نشان نداد. در مطالعه دیگری، فهر و همکاران[4] (۲۰۰۲) با نمونه‌ای از ۴۲۹ شرکت‌کننده آلمانی که از طریق تماس تلفنی در آزمایش شرکت کردند، تأثیر هویت مذهبی[5] بر اعتماد را بررسی کردند. نتایج این پژوهش نشان داد که افراد کاتولیک در مقایسه با گروه کنترلی که بدون تعلق مذهبی بودند، به یک فرد ناشناس بیشتر اعتماد کردند، در حالی که میزان اعتماد افراد با تعلقات مذهبی دیگر تفاوت معنی‌داری با افراد بدون تعلق مذهبی نداشت. همچنین حضور در کلیسا (حداکثر ماهی یک بار) تأثیری بر رفتار اعتماد نداشت، اما متغیرهایی مانند سن و آموزش اثر معنی‌داری نشان دادند.

بنابراین، نوآوری اصلی پژوهش حاضر در عبور از نگاه کلی به دین‌داری و وارد شدن به سطح ابعاد تشکیل‌دهنده آن است. در حالی که اغلب مطالعات پیشین با استفاده از شاخص‌های کلی دین‌داری به نتایج نامنسجم و غیرمعنی‌داری دست یافته‌اند، این پژوهش با الهام از یافته‌های تجربی محققانی چون والنته و آکولیچ–کوزارین و لچنر، این فرضیه را مطرح می‌کند که ابعاد مختلف دین‌داری روابطی ناهمساز و گاه متضاد با اعتماد و امانت‌داری دارند. به عبارت روشن‌تر، ممکن است بعد عبادیات و اعتقادات به دلیل ماهیت فردگرایانه و رابطه عمودی با خدا، اعتماد افقی به همنوعان را کاهش دهند، در حالی که ابعاد اخلاقیات و شرعیات به دلیل تأکید بر مسئولیت‌های اجتماعی و پیروی از قواعد جمعی، امانت‌داری و اعتماد را افزایش دهند. بنابراین، نوآوری نظری پژوهش در تفکیک این ابعاد و آزمون تجربی روابط متناقض آن‌ها بر رفتار اقتصادی در سطح خرد است.

روش‌شناسی

پژوهش‌های اخیر در حوزه اقتصاد دینی به دنبال شناخت و الگوسازی واقعی‌تری از انسان با لحاظ کردن بعد معنوی در زندگی انسان هستند. الگوسازی رفتار اقتصادی از طریق لحاظ کردن رفاه دیگران، رفاه اجتماعی، زندگی در جهان آخرت و

1. Misanthropy
2. Dilmaghani
3. Lechner
4. Fehr et al.
5. Religious Identity

رضایت خداوند (رملی و اسکندر میرزا[1]، ۲۰۰۷) و تحلیل رابطه دین‌داری با رفتار (پاسیوتی و همکاران[2]، ۲۰۱۱) از جمله این مطالعات هستند که عموماً با رویکرد اقتصاد خردی بررسی می‌شوند. از میان روش‌های مطالعه دین با روش اقتصاد خردی، پارادایم اقتصاد رفتاری به دنبال ترکیب مزایای استفاده از بینش‌های تجربی عمل مذهبی، با کنترل آزمایشگاهی است. اقتصاد رفتاری از آزمایش به عنوان روش اصلی استفاده می‌کند. منظور از یک آزمایش، شرایطی است که در آن متغیرهای مداخله‌گر شناخته شده، تحت کنترل در آمده یا به عنوان متغیر مستقل فرعی در مدل وارد می‌شوند. در عوض، شرایط تصمیم‌گیری بازیکنان به عنوان متغیرهای مستقل اصلی به صورت سیستماتیک تغییر می‌کنند. چنین رویکردی برای مطالعه دین چهار مزیت روش شناسانه دارد: اول، کنترل‌های آزمایشگاهی شرایط را برای رهایی از متغیرهای مداخله‌گر و توانایی استدلال در مورد رابطه علت و معلولی فراهم می‌کند. دوم، امور آزمایشگاهی روش‌های استانداردی ارائه می‌کند که در آن رفتارهای کلیدی تعیین معیار و اندازه‌گیری می‌شوند. سوم، آزمایش تکرار را تسهیل می‌کند و چهارم این‌که روش‌های تجربی می‌توانند تورش‌های نظری را کاهش دهند (هافمن، ۲۰۱۳).

از طرفی، مطالعه میان رشته‌ای رفتار اقتصادی و دین‌داری با روش‌های خردِ آزمایشگاهی مزایای روش‌شناسانه متعددی دارد که می‌تواند بسیاری از سوالات در مورد انسان اقتصادی در اقتصاد اسلامی را پاسخ دهد و این اهمیت مطالعات آزمایشگاهی دین و اقتصاد را دو چندان می‌نماید. اخیراً پژوهشگران به اهمیت مطالعات تجربی جهت ساخت الگوهای اقتصادی اسلامی اشاره کرده‌اند (یاواس[3]، ۱۹۹۹؛ نظرپور، ۱۳۸۴). از این رو، در تحقیق حاضر از یک روش آزمایشگاهی برای بررسی رابطه میان دین‌داری و اعتماد استفاده می‌شود. در ادبیات اقتصاد آزمایشگاهی برای بررسی مفاهیم مشخصی مانند اعتماد، ابزارهایی تعریف شده که در پارادایم مسلط میان‌رشته‌ای روان‌شناسی و اقتصاد مورد قبول قرار گرفته‌اند. عموماً از این ابزارها با عنوان بازی‌های رفتاری[4] یاد می‌شود. بر اساس عرف در اقتصاد رفتاری باید برای اجرای بازی‌های رفتاری قواعد خاصی مثل اجرای دستورالعمل مشخص و کنترل‌های آزمایشگاهی رعایت گردد (انصاری سامانی و همکاران، ۱۳۹۴). در مورد مطالعه حاضر بازی اعتماد یا سرمایه‌گذاری است که دستورالعمل و قواعد بازی آن در ادامه خواهد آمد. بر اساس دیدگاه کیزر[5] (۲۰۰۷)، برای مطالعه میان‌رشته‌ای رفتار اقتصادی افراد، با روش آزمایشگاهی دو بعد اجتماعی و روانی وارد تحلیل رابطه بین دین‌داری و رفتار اقتصادی می‌شوند. همانطور که گفته شد متغیر اقتصادی از طریق بازی اعتماد اندازه‌گیری می‌گردد. سپس، داده‌های آزمایش در معادله رگرسیونی در مقابل متغیرهای دین‌داری به عنوان متغیر مستقل اصلی و ابعاد شخصیت و متغیرهای جمعیتی[6] به عنوان متغیرهای مستقل فرعی قرار می‌گیرند.

ابزار سنجش

الف) سنجه ابعاد شخصیت

برای سنجش ویژگی‌های پنج‌گانه شخصیتی، از فرم کوتاه پرسشنامه پنج عامل بزرگ[7] شخصیت استفاده شده است. این پرسشنامه در واقع کوتاه شده پرسشنامه ۲۴۰ سؤالی با ۶۰ سؤال است که برای ارزیابی پنج ویژگی اصلی شخصیت (روان‌رنجوری، برون‌گرایی، پذیرش تجربه، دلپذیر بودن و با وجدان بودن) توسط کاستا و مک‌کرا[8] (۱۹۹۲) ساخته شده است و بر اساس مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالف تا کاملا موافق نمره‌گذاری می‌شود. بر اساس یافته‌های بازآزمایی با فاصله سه ماهه، دامنه ضرایب پایایی این مقیاس‌ها از ۰٫۳۰ تا ۰٫۶۵ به دست آمده است. این مقیاس با دارا بودن شش

1. Ramli & Iskandar Mirza
2. Paciotti et al.
3. Yavas
4. Behavioral Games
5. Keizer
6. Demographic Variables
7. Big Five
8. Costa & McCrae

خرده‌مقیاس یا عامل فرعی، امکان مطالعه همه‌جانبه ابعاد شخصیت را فراهم می‌سازد. پژوهش‌های مختلف، همسانی درونی و اعتبار این ابزار را تأیید کرده‌اند. در یک بررسی طولی به مدت هفت سال، ضرایب پایایی برای هجده زیرمقیاس ابعاد روان‌رنجوری، برون‌گرایی و پذیرش تجربه و نیز برای پنج عامل اصلی در زنان و مردان، مقادیری بین ۰٫۵۱ تا ۰٫۸۲ گزارش شد (کاستا و مک‌کری، ۱۹۹۲). افزون بر این، مطالعات ایرانی انجام‌شده بر روی ویژگی‌های روان‌سنجی این مقیاس، دامنه ضرایب پایایی ابعاد اصلی را از ۰٫۵۳ تا ۰٫۸۷ نشان داده‌اند (حق‌شناس، ۱۳۷۸). پایایی این پرسشنامه در تحقیق حاضر با آلفای ۰/۷۵ تا ۰/۸۹ برای ابعاد وجدانی بودن و روان‌رنجوری به دست آمده است که نشان‌دهنده اعتبار مناسب این پرسشنامه برای جامعه مورد بررسی است.

ب) سنجه دین‌داری

در این پژوهش، برای اندازه‌گیری میزان دینداری از پرسشنامه‌ای استفاده شده که توسط شجاعی‌زند (۱۳۸۴) طراحی گردیده است. به گفته او، در منابع اسلامی درباره ابعاد گوناگون دین تعابیر متفاوتی دیده می‌شود که گاهی سه بعد اعتقادات، احکام و اخلاق را شامل می‌شود و گاهی تا پنج بعد عقیده، ایمان، عبادات، اخلاق و شریعت گسترش می‌یابد. بر این اساس، پژوهشگر با نگاه به دین به عنوان تأثیر و جلوه‌گری کم یا زیاد آن در اندیشه، روان و رفتار یک فرد، پنج بعد را برای دینداری در نظر گرفته است: باورمندی، ایمان‌داشتن، عبادت‌کردن، اخلاق‌مداری و پایبندی به شریعت. اگرچه پرسشنامه اصلی شجاعی‌زند (۱۳۸۴) دارای پنج بعد (اعتقادات، ایمان، عبادیات، اخلاقیات و شرعیات) است، اما در پژوهش حاضر، بعد ایمانی به دلیل همبستگی بالای آن با بعد اعتقادی (ضریب همبستگی بیشتر از ۰/۸۰) و همچنین، برای افزایش قدرت توضیح‌دهندگی مدل و کاهش تعداد متغیرها، از تحلیل‌های رگرسیونی حذف شد. بنابراین، شاخص کلی دین‌داری بر اساس میانگین چهار بعد اعتقادات، عبادیات، اخلاقیات و شرعیات محاسبه گردید. این تصمیم با هدف افزایش دقت و جلوگیری از چندهم‌خطی در مدل‌های برآوردی اتخاذ گردید[1]. این ابزار ۲۹ عبارت دارد که دو تای آن اختصاصی است (یکی برای زنان و یکی برای مردان). بنابراین هر پاسخ‌دهنده به ۲۸ پرسش اصلی پاسخ می‌دهد. دو سؤال نیز به اطلاعات دینی افراد اختصاص دارد. بقیه سؤالات با طیف پنج درجه‌ای لیکرت (که در بعضی موارد به چهار گزینه کاهش یافته) اندازه‌گیری می‌شوند. در پایان با ارتقای سطح سنجش از ترتیبی به فاصله‌ای، نمره کل دینداری و هر یک از ابعاد آن بین ۱ تا ۵ محاسبه می‌شود. اعتبار سازه این شاخص از طریق تأیید رابطه معنی‌دار آن با متغیرهایی مثل جنسیت، انحرافات اجتماعی و احساس بی‌هنجاری اثبات شده است. همچنین همبستگی دو نیمه (۰٫۷۵) و ضریب آلفای کرونباخ (۰٫۹۰) پایایی این آزمون را تأیید می‌کنند (شجاعی زند، ۱۳۸۴). مقدار ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه دین‌داری در این تحقیق به این شرح است: بعد اعتقادی ۰/۸۳، بعد ایمانی ۰/۸۱، بعد عبادی ۰/۸۸، بعد اخلاقی ۰/۸۱، بعد شریعتی ۰/۸۵ و برای دین‌داری کل ۰/۸۷ به دست آمده است.

الگوی تحلیلی

برای آزمون فرضیه تحقیق مبنی بر رابطه میان دین‌داری و رفتار اعتماد و بر اساس الگوی نظری کیزر (۲۰۰۷) رابطه زیر معرفی و آزمون می‌گردد.

$$T_i = \beta_0 + \beta_1 R_i + \beta_2 D_i + \beta_3 P_i + \varepsilon_i \qquad (۱)$$

که در آن، T میزان اعتماد فرد، که توسط بازی اعتماد اندازه‌گیری شده است. R برداری از نمرات مربوط به شاخص کلی دینداری (میانگین چهار بعد اعتقادات، عبادیات، اخلاقیات و شرعیات)، D برداری از متغیرهای جمعیتی و P برداری از ابعاد شخصیت است. لازم به ذکر است که در پژوهش حاضر، از میان پنج بعد معرفی‌شده در مطالعه شجاعی‌زند (۱۳۸۴)،

---

۱. تحلیل‌های مقدماتی نشان داد که افزودن بعد ایمان به مدل، تغییری در نتایج کلی ایجاد نمی‌کند و به دلیل همپوشانی مفهومی بالا با بعد اعتقادات، حذف آن به افزایش دقت مدل کمک می‌کند. همچنین، آلفای کرونباخ بعد ایمانی در نمونه مورد بررسی ۰/۸۱ بود که نشان‌دهنده پایایی قابل قبول این بعد است، اما به دلیل همبستگی بالا با بعد اعتقادات، از مدل نهایی حذف گردید.

چهار بعد اعتقادات، عبادیات، اخلاقیات و شرعیات به عنوان ابعاد اصلی دینداری مورد استفاده قرار گرفته‌اند. بعد ایمان به دلیل همپوشانی مفهومی بالا با بعد اعتقادات و نیز تحلیل‌های مقدماتی که نشان داد افزودن آن به مدل تغییری در نتایج ایجاد نمی‌کند، از مدل‌های رگرسیونی حذف شده است.

با توجه به محدودیت حجم نمونه (۱۰۴ نفر) و تعداد متغیرهای توضیحی، به جای روش پس‌رو که در نمونه‌های کوچک ریسک بیش‌برازش دارد، از روش ورود سلسله‌مراتبی[1] متغیرها استفاده شد. به این ترتیب که متغیرها در چهار بلوک نظری به مدل وارد شدند: (۱) متغیرهای جمعیت‌شناختی، (۲) ابعاد شخصیت، (۳) ابعاد دین‌داری، و (۴) متغیرهای رفتاری مراحل قبل. این روش مبتنی بر منطق نظری است و خطر برازش تصادفی داده‌ها را کاهش می‌دهد. هرچند مدل نهایی متغیرهای مشابهی را شامل می‌شود، اما روش سلسله‌مراتبی به دلیل رعایت ترتیب ورود متغیرها بر اساس منطق نظری و امکان بررسی سهم هر بلوک از متغیرها در تبیین رفتار اعتماد، بر روش پس‌رو ارجحیت دارد.

شرکت‌کنندگان این پژوهش به‌شیوه تصادفی از میان دانشجویان دانشگاه مازندران انتخاب شدند. از مجموع ۱۰۴ شرکت‌کننده، ۵۴ درصد (۵۶ نفر) دانشجوی رشته‌های اقتصاد، مدیریت و حسابداری، ۲۶ درصد (۲۷ نفر) دانشجوی رشته‌های حقوق، روان‌شناسی و علوم تربیتی و ۲۰ درصد (۲۱ نفر) دانشجوی سایر رشته‌ها بودند. ۵۸ درصد شرکت‌کنندگان (۶۰ نفر) در مقطع کارشناسی و مابقی در مقطع کارشناسی ارشد تحصیل می‌کردند. همچنین، ۶۳ درصد نمونه (۶۵ نفر) مرد و ۳۷ درصد (۳۹ نفر) زن بودند. میانگین سنی شرکت‌کنندگان ۴/۲۳ سال با انحراف معیار ۸/۲ سال (حداقل ۱۹ و حداکثر ۳۵ سال) بود. هیچ‌یک از شرکت‌کنندگان سابقه شرکت در بازی‌های اقتصادی آزمایشگاهی را نداشتند.

برای حضور در جلسه آزمایشی، از طریق دعوت شفاهی از دانشجویان خواسته شد تا در مرکز کامپیوتر دانشکده علوم اقتصادی و اداری دانشگاه مازندران حضور یابند. بر اساس اصول استاندارد اقتصاد رفتاری، پیش از شروع آزمایش به شرکت‌کنندگان توضیح دقیقی درباره هدف و مراحل کار داده نشد و فقط به آنان اطلاع داده شد که «برای شرکت در یک آزمایش اقتصادی دعوت شده‌اید و در پایان بازی بر اساس عملکردتان به شما پاداش تعلق خواهد گرفت». به هر دانشجو یک رایانه که نرم‌افزار z-Tree[2] روی آن اجرا می‌شد اختصاص یافت. جفت‌سازی شرکت‌کنندگان و انتساب نقش‌ها (سرمایه‌گذار یا امانت‌دار) به‌صورت کاملاً تصادفی توسط نرم‌افزار انجام شد و هویت افراد در طول آزمایش ناشناس باقی ماند. برای جلوگیری از هرگونه سوگیری ناخواسته در داده‌ها، بخش شیشه‌ای بین کاربران با کاغذ پوشانده شد تا افراد نتوانند تصمیمات همسایه خود را ببینند.

طبق استاندارد روش‌شناسی آزمایشگاهی و برای جلوگیری از تأثیرات تحریکی، ابتدا بازی انجام شد و سپس از شرکت‌کنندگان خواسته شد پرسشنامه‌ها را تکمیل کنند. در پایان، بر اساس گزارشی که نرم‌افزار z-Tree برای پرداخت تهیه کرد، مبلغ موجودی حساب هر فرد به صورت نقدی و با پول رایج کشور (ریال) به او پرداخت شد. میانگین پرداخت نقدی به هر شرکت‌کننده ۷۸،۵۰۰ تومان با انحراف معیار ۱۲،۳۰۰ تومان (حداقل ۴۲،۰۰۰ و حداکثر ۱۱۵،۰۰۰ تومان) بود که که با توجه به میانگین درآمد ماهانه دانشجویان (حدود ۵۰۰،۰۰۰ تومان)، مشوق مالی کافی برای تصمیم‌گیری جدی محسوب می‌شود.

بازی اعتماد

«بازی اعتماد» که با نام «بازی سرمایه‌گذاری» هم شناخته می‌شود، یکی از جذاب‌ترین مدل‌های رفتاری مشارکتی است (برگ، دیکهات و مک کیب[3]، ۱۹۹۵). در قالب این بازی، نخست سرمایه‌گذار مبلغ S را دریافت کرده و سپس تصمیم می‌گیرد چه مقدار از آن (y_i) را برای امانت‌دار بفرستد. مبلغ ارسالی توسط آزمایشگر سه برابر شده و به حساب امانت‌دار واریز می‌شود. در این مرحله امانت‌دار، مبلغ y_i (سرمایه اولیه خود) به اضافه $3y_i$ را در اختیار دارد و می‌تواند هر مقدار از آن را (z)

1. Hierarchical Entry
2. Zurich Toolbox for Ready-made Economic Experiments
3. Berg, Dickhaut and McCabe

به سرمایه‌گذار برگرداند. بر این اساس، سود سرمایه‌گذار $(S - y_i + z)$ و سود امانت‌دار $(y_i + 3y_i - z)$ تعیین می‌گردد (برولهارت و اوسونیر[1]، ۲۰۱۰). در واقع، بازی اعتماد گونه‌ای از بازی دیکتاتور محسوب می‌شود با این ویژگی که امانت‌دار تصمیم‌گیرنده نهایی میزان برگشتی است، اما منبع آن مبلغ، سرمایه‌گذاری اولیه خود سرمایه‌گذار تأمین شده است. نظریه منفعت شخصی پیش‌بینی می‌کند که امانت‌دار عقلایی کل مبلغ را برای خود نگه دارد و سرمایه‌گذار عقلایی نیز با پیش‌بینی این رفتار، هیچ سرمایه‌گذاری نخواهد کرد $(y_i = 0)$. اما شواهد تجربی حاکی از آن است که سرمایه‌گذاران به طور میانگین نیمی از کل مبلغ را سرمایه‌گذاری می‌کنند (S/2)، هرچند این میزان بر اساس متغیرهای زیادی در بین افراد نوسان دارد. بازپرداخت سرمایه‌گذاران معمولاً کمتر از مبلغ ارسالی اولیه است و در نتیجه، اعتماد کامل برقرار نمی‌شود. هر چه مقدار پولی که سرمایه‌گذار برای امانت‌دار می‌فرستد y_i بیشتر باشد، مبلغی که امانت‌دار برمی‌گرداند نیز بالاتر می‌رود. این رابطه را می‌توان نشانه رفتار متقابل مثبت یا حس مسئولیت در برابر کسی دانست که به او اعتماد کرده است. در پژوهش حاضر، از یک بازی سرمایه‌گذاری دو مرحله‌ای با قابلیت تقابل استفاده شده است. به این شکل که ابتدا بازی طبق روال عادی اجرا می‌شود و سپس از شرکت‌کنندگان خواسته می‌شود در بازی تازه‌ای شرکت کنند که در آن نقش‌ها جابه‌جا می‌شود؛ یعنی کسی که قبلاً سرمایه‌گذار بود، حالا نقش امانت‌دار را بر عهده می‌گیرد. شریک او در این مرحله همان شخصی است که قبلاً نقش امانت‌دار را داشته است. برای بررسی اثرات یادگیری، این فرایند دو مرحله‌ای یک بار دیگر تکرار می‌شود، اما این بار با هم‌تیمی جدید و ناآشنا. این روش جفت‌سازی در آزمایش‌های اقتصادی با عنوان «شریک‌یابی بیگانه[2]» شناخته می‌شود. روند این تصمیمات در شکل (۱) نشان داده شده است.

در پژوهش حاضر، ۱۰۴ شرکت‌کننده در قالب ۵۲ جفت دونفره در بازی اعتماد شرکت کردند. در هر جفت، یک نفر به عنوان سرمایه‌گذار (پیشنهاددهنده) و دیگری به عنوان امانت‌دار (واکنش‌دهنده) نقش‌آفرینی کرد. سپس در مرحله بعدی بازی، نقش‌ها جابه‌جا شدند؛ یعنی سرمایه‌گذار قبلی نقش امانت‌دار و امانت‌دار قبلی نقش سرمایه‌گذار را بر عهده گرفت. برای بررسی اثر یادگیری، این فرایند دو مرحله‌ای یک بار دیگر با هم‌تیمی جدید و ناآشنا تکرار شد. بنابراین، هر شرکت‌کننده در هر مرحله از بازی، یک تصمیم اقتصادی (چه در نقش سرمایه‌گذار و چه در نقش امانت‌دار) ثبت کرده است. از آنجا که واحد تحلیل در این پژوهش، خود فرد (شرکت‌کننده) است، هر شرکت‌کننده به عنوان یک مشاهده مستقل در نظر گرفته شده و در هر دو نقش (سرمایه‌گذار و امانت‌دار) یک بار در مدل‌های رگرسیونی وارد شده است. به عبارت دیگر، داده‌های مربوط به رفتار سرمایه‌گذاری و رفتار امانت‌داری، هر کدام شامل ۱۰۴ مشاهده (N=104) هستند که هر مشاهده نشان‌دهنده یک تصمیم اقتصادی یک فرد در آن نقش خاص می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

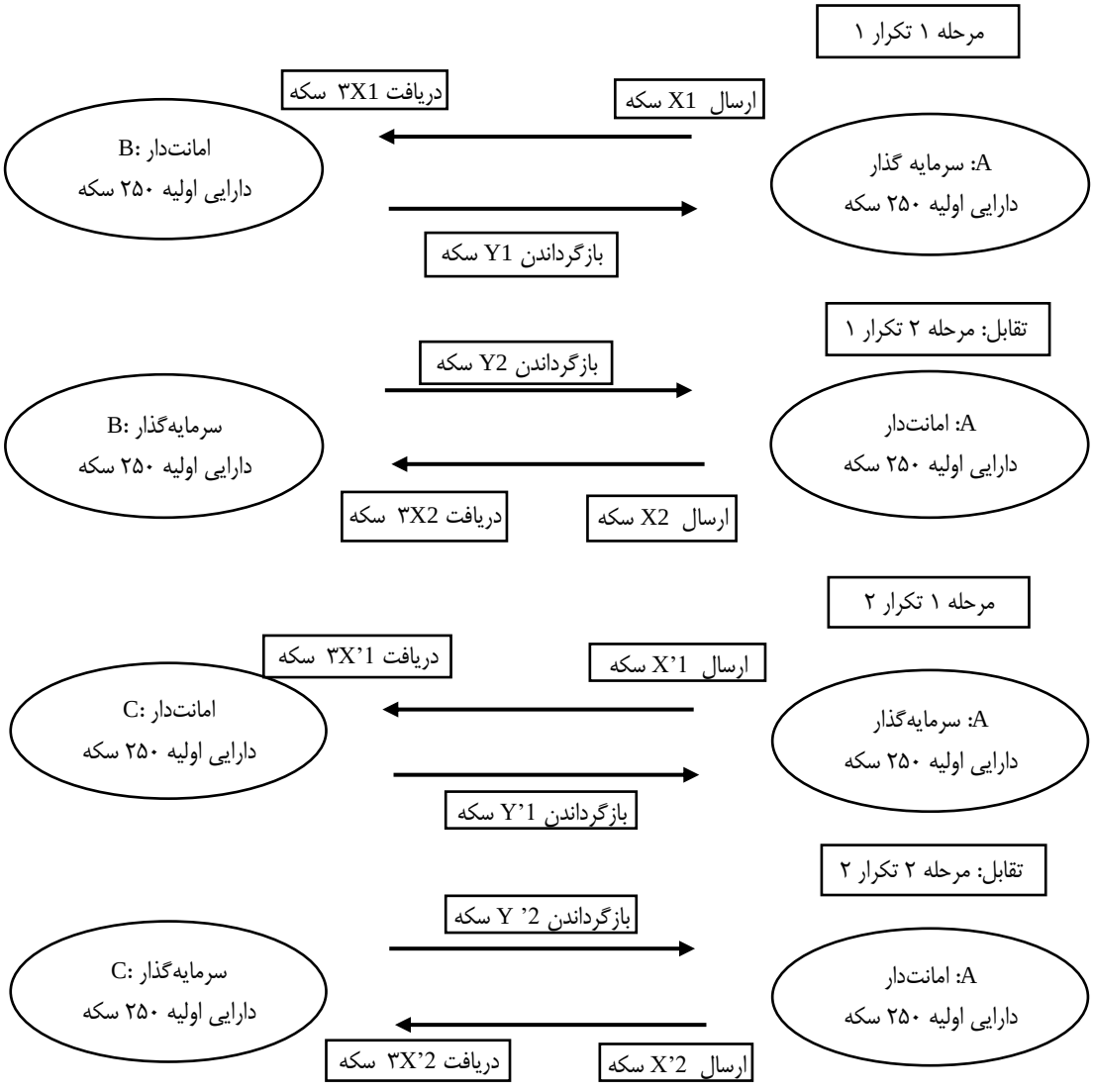
در مطالعه حاضر، بازی سرمایه‌گذاری متقابل بکار گرفته شده است. به منظور آزمایش اثر یادگیری و اثر تقابل[3]، از دو تکرار بازی دو مرحله‌ای (متقابل) اعتماد استفاده شده است. به بیان دقیق‌تر، بازیکنان در مجموعه‌های ۲۰ نفره در آزمایشگاه شرکت کردند و به صورت تصادفی به گروه‌های ۲ نفره تقسیم شدند. در ابتدای بازی دستورالعمل عمومی بازی از طریق نرم‌افزار z-Tree (فیشباچر[4]، ۲۰۰۷) و بر روی صفحه نمایش رایانه‌ها به آن‌ها شرح داده شد، و از آن‌ها خواسته شد تا در صورتی که سوالی دارند از آزمایشگر بپرسند. در هر گروه دو نفره به صورت تصادفی، به یک نفر نقش سرمایه‌گذار و به دیگری نقش امانت‌دار محول شد. این‌که هر بازیکن چه نقشی دارد از طریق نرم‌افزار و به همراه دستورالعمل خاص هر بازیکن بر روی صفحه نمایش ظاهر شد. بعد از ثبت تصمیم سرمایه‌گذار و ارائه مبلغ ۳ برابر شده به امانت‌دار و اعلام تصمیم وی برای پرداخت به سرمایه‌گذار کل مبلغ موجودی حساب هر بازیکن به وی اطلاع داده شد. پس از آن از بازیکنان خواسته شد تا در

1. Brülhart & Usunier
2. Stranger protocol
3. Reciprocity
4. Fischbacher

تکرار دوم به شکل یک بازی معکوس، با همان هم‌بازی قبلی اما با نقش‌های جابجا شده بازی کنند. در این مرحله می‌توان اثرات تقابلی جالبی مشاهده کرد. بعد از اتمام این تکرار، به منظور بررسی اثر یادگیری، تکرار دوم بازی با تغییر افراد هم گروهی و جفت شدن فرد با فردی دیگر به طور تصادفی انجام پذیرفت. در مرحله دوم نیز بازی معکوس انجام گردید. در نهایت مجموع حساب هر بازیکن در ۴ مرحله جمع زده شد و به آن‌ها اعلام شد. با ضرب امتیاز در عدد ۵۰ مبلغ واریزی بر حسب تومان مشخص شد و این مبلغ به صورت نقدی به هر فرد پرداخت گردید.

شرکت‌کنندگان در بازی اعتماد در دو تکرار بازی متقابل اعتماد شرکت کردند. تعداد ۱۰۴ نفر در این مطالعه تصمیمات سرمایه‌گذاری گرفتند و در پایان بازی پرسشنامه‌ها را از طریق نرم افزار z-Tree تکمیل کردند. نتایج رگرسیون سلسله‌مراتبی برای تعیین عوامل مؤثر بر رفتار اعتماد در تکرار اول بازی اعتماد در جدول ۱ آمده است. نتایج نشان می‌دهد شاخص عبادیات رابطه منفی معنی‌داری با میزان اعتماد بین‌فردی داشته و این می‌تواند ریسک‌گریزی یا هویت گروهی افراد با نمره بالا در شاخص عبادیات را نشان دهد.

بازگرداندن Y سکه



شکل (۱): خلاصه بازی اعتماد تقابلی دو مرحله‌ای

پیش از برآورد مدل‌های رگرسیونی، آزمون‌های تشخیصی لازم برای اطمینان از صحت نتایج انجام شد. برای بررسی هم‌خطی بین متغیرهای مستقل، شاخص تورم واریانس (VIF) محاسبه گردید. در مدل اول (مرحله اول تکرار اول)، مقادیر VIF در دامنه ۱/۳۴ تا ۳/۲۱ قرار داشت. در مدل دوم (مرحله دوم تکرار اول)، این مقادیر بین ۱/۱۵ تا ۲/۸۷ بود. در مدل سوم (مرحله اول تکرار دوم)، دامنه VIF بین ۱/۲۸ تا ۳/۶۲ و در مدل چهارم (مرحله دوم تکرار دوم) بین ۱/۱۲ تا ۲/۹۵ بود. تمامی مقادیر VIF کمتر از مقدار بحرانی ۵ هستند که حاکی از عدم وجود هم‌خطی شدید بین متغیرهای هر چهار مدل است.

برای بررسی ناهمسانی واریانس خطاها، آزمون بروچ–پاگان به‌طور جداگانه برای هر مدل انجام شد. نتایج نشان داد که در مدل اول (مرحله اول تکرار اول)، مقدار آماره آزمون برابر با ۰/۴۲ و سطح معنی‌داری آن Prob>chi2=0.51 بود. در مدل دوم، این مقادیر به ترتیب ۰/۳۸ و Prob>chi2=0.54 به دست آمد. در مدل سوم، آماره آزمون ۰/۵۱ با سطح معنی‌داری Prob>chi2=0.42 و در مدل چهارم، آماره آزمون ۰/۲۹ با سطح معنی‌داری Prob>chi2=0.63 محاسبه شد. با توجه به اینکه در هیچ‌یک از مدل‌ها، سطح معنی‌داری آزمون بروچ–پاگان کمتر از ۰/۰۵ نبود، فرضیه همسانی واریانس خطاها در تمامی مدل‌ها رد نمی‌شود.

برای شناسایی داده‌های پرت، از آماره فاصله کوک استفاده شد. در مدل اول، بیشترین مقدار فاصله کوک ۰/۱۵، در مدل دوم ۰/۱۲، در مدل سوم ۰/۱۹ و در مدل چهارم ۰/۰۹ بود. از آنجا که تمامی مقادیر مشاهده‌شده کمتر از مقدار بحرانی ۱ هستند، وجود داده‌های پرت تأثیرگذار در مدل‌های برآوردشده تأیید نمی‌گردد.

پیش از برآورد مدل نهایی و به منظور بررسی سهم افزوده هر بلوک از متغیرها در تبیین رفتار اعتماد، روش رگرسیون سلسله‌مراتبی در چهار مرحله به کار گرفته شد. گام نخست به ورود متغیرهای جمعیت‌شناختی اختصاص یافت. در گام دوم، ابعاد شخصیت به مجموعه افزوده شده و در گام سوم، ابعاد دین‌داری (شامل اعتقادات، عبادیات، اخلاقیات و شرعیات) به مدل اضافه شدند. در نهایت، گام چهارم با اضافه شدن متغیرهای رفتاری مراحل قبل تکمیل گردید. یافته‌ها حاکی از آن بود که به ازای ورود هر بلوک، ضریب تعیین (R^2) مدل افزایشی صعودی را تجربه کرده است. بیشترین جهش در این ضریب، مربوط به بلوک ابعاد دین‌داری بود که سهمی چشمگیر در تبیین رفتار اعتماد از خود نشان داد. افزون بر این، ورود متغیرهای رفتاری مراحل پیشین نیز به افزایش معنی‌دار قدرت تبیین مدل انجامید. مدل نهایی در مرحله اول تکرار اول، حدود ۱۶ درصد ($R^2 = 0.162$) و در مرحله اول تکرار دوم، نزدیک به ۱۹ درصد ($R^2 = 0.185$) از واریانس رفتار اعتماد را پوشش داد (جداول شماره ۱ و ۳).

جدول شماره (۱): عوامل مؤثر بر رفتار اعتماد در مرحله اول تکرار اول بازی اعتماد

متغیر وابسته	متغیرهای توضیحی	b	خطای استاندارد	آماره t	فاصله اطمینان ۹۵٪	β	P-value	معنی‌داری الگو
مبلغ ارسال شده توسط پیشنهاددهنده	ضریب ثابت	۹۹/۰۲۶	۴۲/۱۵۰	۲/۳۵۰	[۱۵/۸۰, ۱۸۲/۳۰]	–	***۰/۰۰۰	
	عبادیات	−۵۴/۶۰۶	۳۱/۲۰۰	−۱/۷۵۰	[−۱۱۶/۴۰, ۷/۲۰]	−۰/۲۴۱	*۰/۰۸۶	*۰/۰۸۶
N=104		Sig.=0.086		F=2.96		Adjusted R^2=0.216		R^2=0.436
نسبت مبلغ ارسال‌شده توسط واکنش‌دهنده به مبلغ ارسال‌شده	ضریب ثابت	−۴/۵۰۶	۱/۹۸۰	−۲/۲۸۰	[−۸/۴۳, −۰/۵۸]	–	**۰/۰۲۴	
	روان‌رنجوری	۰/۲۳۱	۰/۰۹۶	۲/۴۱۰	[۰/۰۴, ۰/۴۲]	۰/۳۵۴	**۰/۰۱۸	**۰/۰۱۶
	عبادیات	۲/۸۵۸	۱/۶۵۰	۱/۷۳۰	[−۰/۴۲, ۶/۱۴]	۰/۲۶۹	*۰/۰۸۵	
	سنت	۰/۹۲۴	۰/۴۰۰	۲/۳۱۰	[۰/۱۲, ۱/۷۳]	۰/۳۳۷	**۰/۰۲۲	
N=104		Sig.=0.016		F=3.26		Adjusted R^2=0.137		R^2=0.162

منبع: محاسبات تحقیق

* سطح معنی‌داری ۱۰ درصد (P < 0.10)؛ ** سطح معنی‌داری ۵ درصد (P < 0.05)؛ *** سطح معنی‌داری ۱ درصد (P < 0.01).

نکته: اعداد مشاهدات (N=104) برابر با تعداد شرکت‌کنندگان است و هر مشاهده نشان‌دهنده یک تصمیم اقتصادی فرد در آن نقش خاص می‌باشد.

برآورد پارامترهای مدل برای رفتار بازیکن نقش امانت‌دار نشان می‌دهد که افراد با نمره بالاتر در متغیر روان‌رنجوری واکنش بیشتری به مقدار ارسال شده نشان داده‌اند. یک انحراف معیار تغییر در تفاوت‌های فردی در مقیاس روان‌رنجوری توانسته ۳۵ درصد از انحراف معیار تغییر در نسبت بازگردانده شده توسط واکنش‌دهندگان را توضیح دهد. این با مبانی نظری در مورد واکنش‌های با احساسی بالاتر از میانگین مردم به حوادث پیرامون خود در مورد افراد با ویژگی روان‌رنجوری تطابق دارد (کاستا و مک‌کرا، ۱۹۹۲). نمره بالاتر در مقیاس عبادیات با میزان بالاتر در واکنش به اعتماد فرد پیشنهاددهنده توسط واکنش‌دهندگان گام اول تکرار اول بازی اعتماد همراه بوده است. در واقع، با فرض ثابت بودن سایر شرایط، تغییر یک انحراف معیار در متغیر عبادیات منجر به تغییر ۲۷ درصد انحراف معیار تصمیم اقتصادی شده است. این موضوع تاییدکننده مبانی نظری تحقیق است. متغیر سنت مبنی بر میزان احترام، تعهد و پذیرش آداب و رسوم و ایده‌هایی که فرهنگ یا مذهب سنتی را ارائه می‌دهند رابطه مثبت و معنی‌داری با تصمیم بازگشت به اعتماد دارد. نتایج نشان می‌دهد که افراد با مقیاس روان‌رنجوری، عبادیات و سنت بالا نسبت به افراد دیگر قابل اعتمادتر هستند. آماره F نشان می‌دهد که الگو به صورت کلی معنی‌دار است. از این رو، همان‌طور که مشاهده می‌شود رفتار اعتماد در این گام تحت تأثیر دین‌داری و همچنین، متغیرهای ابعاد شخصیتی و ارزش‌های اجتماعی قرار گرفته است. با توجه به نتایج جدول (۱)، در خصوص فرضیه‌های پژوهش می‌توان گفت که: فرضیه دوم (رابطه بعد عبادیات با اعتماد) در سطح ۱۰ درصد تأیید می‌شود ($P = 0.086$) و این رابطه منفی است. فرضیه‌های اول (اعتقادات با اعتماد)، سوم (اخلاقیات با اعتماد) و چهارم (شرعیات با اعتماد) در این مرحله تأیید نشدند. همچنین، در خصوص رفتار امانت‌دار، فرضیه‌های پنجم (اعتقادات با امانت‌داری)، ششم (عبادیات با امانت‌داری)، هفتم (اخلاقیات با امانت‌داری) و هشتم (شرعیات با امانت‌داری) در این مرحله تأیید نشدند.

لازم به ذکر است که با توجه به ماهیت اکتشافی پژوهش و حجم نمونه، سطح معنی‌داری ۱۰ درصد (۰/۱۰) برای تفسیر ضرایب در نظر گرفته شد و سطوح معنی‌داری ۰/۰۵ و ۰/۰۱ نیز در برخی موارد گزارش شده‌اند.

نتایج تحلیل رگرسیونی رفتار مرحله دوم تکرار اول بازی اعتماد که به صورت تقابلی با بازیکن قبلی انجام شده در جدول شماره ۲ ارائه شده است. بازیکنان می‌دانستند که فرد مقابل همان هم‌گروهی گام قبلی است. انتظار می‌رود که مرحله دوم بازی یک بازی واکنشی باشد و کمتر تحت تأثیر متغیرهای فردی قرار گیرد. نتایج برآورد مدل نشان می‌دهد که هیچ کدام از متغیرهای فردی رابطه معنی‌داری با رفتارهای گام دوم بازی نداشته‌اند. تصمیمات تنها تحت تأثیر تصمیمات دوره قبل اخذ و ثبت شده است. معنی‌داری کل الگو توسط آماره F در سطح ۱۰ درصد تأیید می‌شود.

جدول شماره (۲): عوامل مؤثر بر رفتار اعتماد در مرحله دوم تکرار اول بازی اعتماد

متغیر وابسته	متغیرهای توضیحی	b	خطای استاندارد	آماره t	فاصله اطمینان ۹۵٪	β	P-value	معنی‌داری الگو
مبلغ ارسال شده توسط پیشنهاددهنده	ضریب ثابت	۳۱/۷۳۲	۱۶/۹۰۰	۱/۸۸۰	[−۱/۸۰, ۶۵/۳۰]	–	*۰/۰۶۳	
	پیشنهاد مرحله قبل	۰/۴۱۳	۰/۱۷۰	۲/۴۳۰	[۰/۰۸, ۰/۷۵]	۰/۳۴۱	**۰/۰۱۶	**۰/۰۱۵
	واکنش مرحله قبل	۷/۸۵۷	۳/۹۲۰	۲/۰۰۰	[۰/۰۷, ۱۵/۶۴]	۰/۲۷۹	**۰/۰۴۶	
N=104		Sig.=0.015		F=4.42		Adjusted R^2=0.141		R^2=0.158
نسبت مبلغ ارسال‌شده توسط واکنش‌دهنده به مبلغ ارسال‌شده	ضریب ثابت	۰/۳۲۰	۰/۳۰۰	۱/۰۷۰	[−۰/۲۷, ۰/۹۱]	–	۰/۲۹۵	
	پیشنهاد مرحله قبل	۰/۱۰	۰/۰۰۳	۳/۳۳۰	[۰/۰۰۴, ۰/۰۱۶]	۰/۳۹۵	***۰/۰۰۶	***۰/۰۰۶
N=104		Sig.=0.006		F=6.28		Adjusted R^2=0.117		R^2=0.126

منبع: محاسبات تحقیق

* سطح معنی‌داری ۱۰ درصد ($P < 0.10$)؛ ** سطح معنی‌داری ۵ درصد ($P < 0.05$)؛ *** سطح معنی‌داری ۱ درصد ($P < 0.01$).

نکته: اعداد مشاهدات (N=104) برابر با تعداد شرکت‌کنندگان است و هر مشاهده نشان‌دهنده یک تصمیم اقتصادی فرد در آن نقش خاص می‌باشد.

تکرار دوم بازی شامل یک بازی اعتماد مشابه با بازی قبل و یک گام معکوس آن است. بازیکنان در دور دوم شناخت بیشتری نسبت به ساختار بازی یافته‌اند. با توجه به این‌که می‌دانند به صورت تصادفی با یک بازیکن دیگر هم گروه شده‌اند، انتخاب آن‌ها مانند تکرار دوم مرحله اول که تحت تأثیر انتخاب‌های دور قبل بوده است، نخواهد بود. رفتار پیشنهاد آن‌ها تحت تأثیر مثبت شاخص دلپذیر بودن، روان‌رنجوری، امنیت، جنسیت، تمایل به تجارب تازه و اخلاقیات قرار گرفته و مشابه با نتایج قبلی دین‌داری به شکل اعتقادات بالاتر با پیشنهادهای پایین‌تری همراه بوده است. آماره F نشان می‌دهد که الگو به صورت کلی معنی‌دار است. در مرحله دوم بازی هیچ کدام از متغیرهای دین‌داری، ابعاد شخصیت و ارزش‌های اجتماعی تاثیری بر میزان اعتماد و قابل اعتماد بودن ندارد.

جدول شماره (۳): عوامل مؤثر بر رفتار اعتماد در مرحله اول تکرار دوم بازی اعتماد

متغیر وابسته	متغیرهای توضیحی	b	خطای استاندارد	آماره t	فاصله اطمینان ۹۵ ٪	β	P-value	معنی‌داری الگو
مبلغ ارسال شده توسط پیشنهاددهنده	ضریب ثابت	−۳۱۹/۲۶	۱۳۷/۲۰۰	−۲/۳۳۰	[−۵۹۳/۲۰, −۴۵/۳۰]	–	۰/۰۰۳***	
	دلپذیر بودن	۸/۶۴۷	۳/۳۲۰	۲/۶۰۰	[۲/۰۴, ۱۵/۲۵]	۰/۳۵۲	۰/۰۱۸**	
	روان‌رنجوری	۴/۸۷۴	۲/۲۴۰	۲/۱۸۰	[۰/۴۱, ۹/۳۴]	۰/۳۴۶	۰/۰۳۰**	
	امنیت	۳۷/۰۶۶	۱۴/۹۰۰	۲/۴۹۰	[۷/۳۲, ۶۶/۸۱]	۰/۳۴۲	۰/۰۱۳**	
	جنسیت	۳۱/۱۲۸	۱۲/۴۵۰	۲/۵۰۰	[۶/۲۸, ۵۵/۹۸]	۰/۲۹۳	۰/۰۴۷**	۰/۰۴۰**
	تمایل به تجارب تازه	۵/۸۶۱	۲/۹۸۰	۱/۹۷۰	[۰/۰۲, ۱۱/۷۰]	۰/۲۸۴	۰/۰۵۱**	
	اعتقادات	−۸۰/۱۳۲	۴۲/۴۰۰	−۱/۸۹۰	[−۱۶۴/۸۰, ۴/۵۰]	−۰/۲۷۵	۰/۰۶۱*	
	اخلاقیات	۱۱۸/۶۰۹	۴۵/۶۰۰	۲/۶۰۰	[۲۷/۵۰, ۲۰۹/۷۰]	۰/۴۱۳	۰/۰۱۰**	
N=104		Sig.=0.040		F=2.86		Adjusted R^2=0.162		R^2=0.185
نسبت مبلغ ارسال‌شده توسط واکنش‌دهنده به مبلغ ارسال‌شده	ضریب ثابت	−۲/۷۳۳	۱/۴۲۰	−۱/۹۲۰	[−۵/۵۵, ۰/۰۸]	–	۰/۱۱۳	
	خیرخواهی	۰/۶۴۳	۰/۲۹۰	۲/۲۲۰	[۰/۰۶, ۱/۲۳]	۰/۳۳۰	۰/۰۱۹**	
	سنت	۰/۷۳۱	۰/۳۴۰	۲/۱۵۰	[۰/۰۵, ۱/۴۱]	۰/۳۲۴	۰/۰۳۵**	۰/۰۰۴***
	تاهل	−۲/۰۳۲	۱/۲۰۰	−۱/۶۹۰	[−۴/۴۲, ۰/۳۶]	−۰/۲۳۶	۰/۰۹۳*	
	مقدار پیشنهاد	−۰/۰۱۳	۰/۰۰۶	−۲/۱۷۰	[−۰/۰۲۵, −۰/۰۰۱]	−۰/۳۰۳	۰/۰۲۳**	
	شرعیات	۳/۸۹۵	۱/۷۸۰	۲/۱۹۰	[۰/۳۴, ۷/۴۵]	۰/۳۰۸	۰/۰۳۱**	
N=104		Sig.=0.004		F=3.82		Adjusted R^2=0.164		R^2=0.187

منبع: محاسبات تحقیق

* سطح معنی‌داری ۱۰ درصد (P < 0.10)؛ ** سطح معنی‌داری ۵ درصد (P < 0.05)؛ *** سطح معنی‌داری ۱ درصد (P < 0.01).

نکته: اعداد مشاهدات (N=104) برابر با تعداد شرکت‌کنندگان است و هر مشاهده نشان‌دهنده یک تصمیم اقتصادی فرد در آن نقش خاص می‌باشد.

نتایج الگوی تصریح شده برای رفتار امانت‌دار نشان می‌دهد که در شرایط ثابت بودن سایر شرایط، یک انحراف معیار افزایش در متغیر خیرخواهی منجر به ۳۳ درصد انحراف معیار افزایش در متغیر امانت‌داری می‌شود. همچنین، یک انحراف معیار تغییر در متغیر احترام به سنت و شرعیات به ترتیب باعث ۳۲ و ۳۰ درصد انحراف معیار افزایش در متغیر وابسته شده است. نتایج اخیر مطابق با پیش‌بینی نظری است. ضریب متغیر تأهل و مقدار پیشنهاد ارائه شده رابطه معکوسی با رفتار بازیکنان نقش امانت‌دار دارد. ضریب منفی مقدار پیشنهاد شده نشان می‌دهد که افراد با بیشتر شدن مقدار پولی تمایل کمتری به بازگرداندن آن داشته‌اند. برگرداندن مقادیر کم پول نسبت به چشم‌پوشی کردن از مقادیر زیاد راحت‌تر است. نتایج جدول شماره (۳) نشان می‌دهد که در مرحله اول تکرار دوم، فرضیه اول (رابطه اعتقادات با اعتماد) در سطح ۱۰ درصد تأیید می‌شود (P = 0.061) و این رابطه منفی است. همچنین، فرضیه سوم (تأثیر اخلاقیات با اعتماد) در سطح ۱۰ درصد تأیید می‌شود

(P = 0.010) و این تأثیر مثبت است. فرضیه‌های دوم (عبادیات با اعتماد) و چهارم (شرعیات با اعتماد) در این مرحله تأیید نشدند. در خصوص رفتار امانت‌دار، نتایج نشان داد که فرضیه هشتم (تأثیر شرعیات با امانت‌داری) در سطح ۱۰ درصد تأیید می‌شود (P = 0.031). فرضیه‌های پنجم (اعتقادات با امانت‌داری)، ششم (عبادیات با امانت‌داری) و هفتم (اخلاقیات با امانت‌داری) در این مرحله تأیید نشدند. نتایج مطالعات گذشته نشان می‌دهد که ابعاد مختلف دین‌داری می‌توانند روابط متفاوتی داشته باشند (تن، ۲۰۰۶) و این ممکن است معنی‌داری رابطه شاخص کلی دین‌داری (میانگین چهار بعد اعتقادات، عبادیات، اخلاقیات و شرعیات) را با رفتار اقتصادی تحت تأثیر قرار دهد. نتایج جدول شماره ۳ **Error! Reference source not found.** این روابط متفاوت را به خوبی نشان می‌دهد.

جدول شماره (٤): عوامل مؤثر بر رفتار اعتماد در مرحله دوم تکرار دوم بازی اعتماد

متغیر وابسته	متغیرهای توضیحی	b	خطای استاندارد	آماره t	فاصله اطمینان ٪۹۵	β	P-value	معنی‌داری الگو
مبلغ ارسال شده توسط پیشنهاددهنده	ضریب ثابت	۳۱/۰۹۴	۱۴/۸۰۰	۲/۱۰۰	[۱/۷۵, ۶۰/۴۴]	–	۰/۰۱۳**	
	نسبت مبلغ برگردانده‌شده	۱۰/۲۲۹	۴/۶۲۰	۲/۲۱۰	[۱/۰۲, ۱۹/۴۴]	۰/۰۳۲	۰/۰۰۳*	۰/۰۳۹**
	پیشنهاد گام قبل	۰/۳۹۸	۰/۱۴۰	۲/۸۴۰	[۰/۱۲, ۰/۶۸]	۰/۰۲۸	۰/۰۰۵*	
N=104		Sig.=0.039		F=3.38		Adjusted R^2=0.094		R^2=0.112
نسبت مبلغ ارسال‌شده توسط واکنش‌دهنده به مبلغ ارسال‌شده	ضریب ثابت	۴/۴۷۸	۱/۲۲۰	۳/۶۷۰	[۲/۰۵, ۶/۹۱]	–	۰/۰۰۰*	
	مسئولیت-پذیری	-۰/۰۲۳	۰/۰۰۷	-۳/۳۶۰	[-۰/۰۳۷, -۰/۰۱۰]	-۰/۳۸۲	۰/۰۰۱*	۰/۰۱۰**
N=104		Sig.=0.010		F=5.82		Adjusted R^2=0.097		R^2=0.108

منبع: محاسبات تحقیق

* سطح معنی‌داری ۱۰ درصد (P < 0.10)؛ ** سطح معنی‌داری ۵ درصد (P < 0.05)؛ *** سطح معنی‌داری ۱ درصد (P < 0.01).

نکته: اعداد مشاهدات (N=104) برابر با تعداد شرکت‌کنندگان است و هر مشاهده نشان‌دهنده یک تصمیم اقتصادی فرد در آن نقش خاص می‌باشد.

رفتار بازیکنان در مرحله دوم تکرار دوم در جدول شماره (۴) آمده است. نتایج این مرحله نیز تأییدکننده نتایج گام دوم مرحله اول است؛ بدین مفهوم که در یک آزمایش متقابل تصمیمات مرحله دوم بیشتر تحت تأثیر تصمیم‌های مرحله قبل هستند تا متغیرهای شخصی مانند دین‌داری و ابعاد شخصیت. افرادی که در مرحله قبل به عنوان امانت‌دار نسبت بیشتری را برگردانده‌اند، در مرحله مقابل و در نقش پیشنهاددهنده مبلغ بیشتری را ارسال کرده‌اند. همچنین، پیشنهاددهندگانی که در مرحله قبل پیشنهاد بیشتری دریافت کردند، پیشنهاد بالاتری ارائه دادند. تنها متغیر مشاهده شده در تصمیم واکنش امانت‌دارهای گام دوم مرحله دوم، مسئولیت‌پذیری است. بر اساس مبانی نظری ذکر شده افراد با نمره بالا در شاخص مسئولیت‌پذیری تمایل به موفقیت زیادی دارند. از این رو، به نظر می‌رسد که این افراد برای حداکثر کردن حساب شخصی تمایل به پرداخت مبلغ کمتری به فرد مقابل داشتند؛ چراکه می‌دانستند بازی با فردی که در حال حاضر با آن مواجه هستند تمام شده و دیگر با او مواجه نمی‌شوند. بنابراین، بدون در نظر گرفتن بی‌اعتمادی حاصل از عملشان مقدار پرداختی به فرد مقابل را کاهش دادند. چنین نتیجه‌ای در برآورد متغیرهای مؤثر بر میانگین مشارکت نشان داده شد. به نظر می‌رسد رابطه ابعاد شخصیت در مقایسه با زیر شاخص‌های دین‌داری، در تکرارهای نهایی رفتارهای اقتصادی اثرگذارتر هستند.

با بررسی نتایج جداول (۱) تا (۴)، وضعیت هشت فرضیه پژوهش به صورت زیر جمع‌بندی می‌شود:

از میان ابعاد چهارگانه دین‌داری، بعد اخلاقیات بیشترین رابطه را با رفتار اقتصادی داشته است. این بعد در مرحله اول تکرار دوم، رابطه مثبت و معناداری با اعتماد در سطح ۱۰ درصد نشان داد ($P = 0.010$). همچنین بعد شرعیات در همان مرحله، رابطه مثبت و معناداری با امانت‌داری در سطح ۱۰ درصد داشت ($P = 0.031$). در مقابل، ابعاد عبادیات و اعتقادات روابط منفی با اعتماد نشان دادند. عبادیات در مرحله اول تکرار اول، رابطه منفی با اعتماد در سطح ۱۰ درصد داشت ($P = 0.086$) و اعتقادات نیز در مرحله اول تکرار دوم، رابطه منفی بر اعتماد در سطح ۱۰ درصد نشان داد ($P = 0.061$). جالب توجه اینکه عبادیات در همان مرحله اول تکرار اول، رابطه مثبت و معناداری بر امانت‌داری در سطح ۱۰ درصد داشت ($P = 0.085$). در مراحل دوم بازی‌ها (تکرار اول و دوم)، هیچ‌یک از ابعاد دین‌داری در مدل‌ها باقی نماندند و تصمیمات عمدتاً تحت تأثیر متغیرهای رفتاری مراحل قبل قرار گرفتند. این یافته نشان می‌دهد که در تکرارهای بعدی بازی، تأثیر متغیرهای فردی از جمله دینداری کاهش یافته و رفتارهای قبلی، نقش تعیین‌کننده‌تری پیدا می‌کنند.

به طور کلی، از میان ۸ فرضیه پژوهش، فرضیه‌های مربوط به رابطه اخلاقیات با اعتماد، شرعیات با امانت‌داری، عبادیات با اعتماد، اعتقادات بر اعتماد و عبادیات با امانت‌داری در سطوح مختلف معناداری (۱ درصد، ۵ درصد و ۱۰ درصد) تأیید شدند. در مقابل، فرضیه‌های مربوط به تأثیر شرعیات با اعتماد، اعتقادات با امانت‌داری و اخلاقیات با امانت‌داری در هیچ‌یک از مراحل تأیید نشدند. این نتایج نشان می‌دهد که ابعاد مختلف دین‌داری روابط متمایز و گاه متضادی با اعتماد و امانت‌داری دارند و این امر ضرورت تفکیک ابعاد دین‌داری در مطالعات اقتصادی را آشکار می‌سازد.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج این مطالعه در تأیید یافته‌های پیشین نشان داد که دین‌داری به‌عنوان شاخص کلی، رابطه معنی‌داری بر اعتماد ندارد اما عبادیات ($P = 0.086$) و اعتقادات ($P = 0.061$) در سطح ۱۰ درصد رابطه منفی بر اعتماد داشتند (تن، ۲۰۰۶؛ والنته و آکولیچ–کوزارین، ۲۰۲۰). این یافته با پژوهش‌هایی همسوست که نشان داده‌اند شاخص‌های ترکیبی دین‌داری به دلیل تجمیع ابعاد ناهمگن، قدرت تبیین‌کنندگی خود را از دست می‌دهند. بااین‌حال، هنگامی که ابعاد چهارگانه دین‌داری به‌طور جداگانه مورد بررسی قرار گرفتند، الگوی پیچیده‌تری از روابط ظاهر شد که نشان‌دهنده ضرورت توجه به ابعاد جزئی‌تر دین‌داری در مطالعات اقتصادی است.

یافته‌ها نشان داد که ابعاد عبادیات و اعتقادات رابطه منفی با اعتماد بین‌فردی دارند. برای تبیین این یافته می‌توان از چند مسیر نظری بهره گرفت. نخست، تمایز بین اعتماد خاص‌گرا[1] و اعتماد تعمیم‌یافته[2] چارچوب مفیدی ارائه می‌دهد. اعتماد خاص‌گرا به اعتمادی اشاره دارد که به اعضای درون‌گروه (مانند خانواده، دوستان و هم‌کیشان) محدود می‌شود، در حالی که اعتماد تعمیم‌یافته شامل اعتماد به افراد ناشناس و برون‌گروه است. بر این اساس، افراد با دینداری بالا در ابعاد اعتقادی و عبادی، شبکه اعتماد خود را به درون‌گروه (هم‌کیشان) محدود می‌کنند و در مواجهه با یک فرد ناشناس (برون‌گروه) رفتار محتاطانه‌تری از خود نشان می‌دهند. این سوگیری درون‌گروهی/برون‌گروهی[3] باعث می‌شود که اعتماد تعمیم‌یافته تضعیف شده و اعتماد به سمت اعتماد خاص‌گرا سوق یابد. دوم، احتیاط نسبت به غریبه[4] و ریسک‌گریزی[5] ناشی از آموزه‌های عبادی و اعتقادی می‌تواند نقش مهمی ایفا کند. برخی تفاسیر دینی بر «پرهیز از اعتماد به ناشناسان» و «محافظه‌کاری در تعاملات اجتماعی» تأکید دارند که این امر تمایل به اعتماد در محیط‌های ناشناس را کاهش می‌دهد. شونفلد (۱۹۷۸) نیز اشاره کرده است که برخی آموزه‌های دینی مردم را به‌صورت طبیعی گناهکار فرض می‌کنند و این امر اعتماد به دیگران را کاهش می‌دهد. سوم، مفهوم انسان‌گریزی که والنته و آکولیچ–کوزارین (۲۰۲۰) مطرح کرده‌اند، نشان می‌دهد که ارتباط قوی با خدا

1. Particularized Trust
2. Generalized Trust
3. In-group/Out-group Bias
4. Caution toward Strangers
5. Risk Aversion

ممکن است به‌طور ضمنی ارتباط با انسان‌ها را کمرنگ کرده و اعتماد به همنوعان را کاهش دهد. چهارم، پدیده مجوزدهی اخلاقی[1] نیز می‌تواند تبیین‌گر این یافته باشد؛ به این معنا که افراد پس از انجام اعمال عبادی، ممکن است به طور ناخودآگاه احساس کنند که «اعتبار اخلاقی» کسب کرده‌اند و در نتیجه خود را از رعایت کامل هنجارهای اخلاقی در تعاملات اجتماعی معاف بدانند. این یافته با نتایج والنته و آکولیچ–کوزارین (۲۰۲۰) همسوست که نشان دادند دین‌داری فردی (اعتقادات) با اعتماد کمتر همراه است.

در مراحل پایانی بازی‌ها، نشانه‌هایی مشاهده شد که حاکی از حذف تدریجی تأثیر متغیرهای روانی، اجتماعی و دینی در تکرارهای آخر بازی است. این یافته با پیشینه تجربی همسو است؛ چنان‌که لچنر (۲۰۱۳) نیز نشان داد در تکرارهای بعدی بازی، تأثیر متغیرهای فردی کاهش می‌یابد و تصمیمات بیشتر تحت تأثیر ماهیت بازی و تصمیمات طرف مقابل قرار می‌گیرند. بااین‌حال، از آنجا که بخش قابل‌توجهی از رفتارهای انسان در زندگی اجتماعی از نوع غیرتکراری یا دست‌کم تکراری در محیط‌های متفاوت است، می‌توان گفت حتی با قبول این فرضیه، متغیرهای روانی، اجتماعی و دینی همچنان نقش مهمی در تصمیمات افراد در صحنه اجتماع ایفا می‌کنند. این نتیجه نشان‌دهنده اهمیت بررسی رفتارهای غیرتکراری در کنار رفتارهای تکراری برای درک جامع‌تر از نقش دین در اقتصاد است.

هدف اصلی این مطالعه، بررسی روابط تفکیک‌شده ابعاد چهارگانه دین‌داری با اعتماد و امانت‌داری در چارچوب اقتصاد آزمایشگاهی بود. یافته‌ها نشان داد که شاخص کلی دین‌داری (میانگین چهار بعد اعتقادات، عبادیات، اخلاقیات و شرعیات) به‌دلیل تضادهای درونی ابعاد آن، رابطه معنی‌داری با اعتماد بین‌فردی ندارد؛ اما تفکیک ابعاد، الگوی روشن‌تری را آشکار ساخت. به‌طور خلاصه، بعد اخلاقیات با تقویت هنجارهای اجتماعی، اعتماد را افزایش می‌دهد، درحالی‌که ابعاد عبادیات و اعتقادات به‌دلیل ماهیت فردگرایانه و سوگیری درون‌گروهی، اعتماد به افراد ناشناس را کاهش می‌دهند. همچنین بعد شرعیات با تأکید بر پایبندی به قواعد جمعی، امانت‌داری را تقویت می‌کند. بنابراین می‌توان استدلال کرد که عدم مشاهده رابطه معنی‌دار دین‌داری کلی با اعتماد در پژوهش‌های پیشین، ناشی از روابط متناقض و ناهمساز ابعاد مختلف آن است. این تضادها درون یک شاخص ترکیبی، یکدیگر را خنثی کرده و منجر به عدم معنی‌داری رابطه کلی می‌شوند.

یافته‌های این پژوهش دلالت‌های مهمی برای حوزه‌های مختلف دارد. در سطح سیاست‌گذاری، توجه صرف به شاخص‌های کلی دین‌داری بدون تفکیک ابعاد آن، می‌تواند به نتایج گمراه‌کننده در تحلیل‌های اقتصادی و اجتماعی منجر شود. به‌عنوان مثال، طراحان سیاست‌های اجتماعی و اقتصادی باید در نظر داشته باشند که هر یک از ابعاد دین‌داری می‌تواند روابط متفاوت و حتی متضادی با سرمایه اجتماعی و اعتماد داشته باشد. در سطح نظری، این مطالعه نشان می‌دهد که رویکردهای میان‌رشته‌ای با تلفیق اقتصاد رفتاری، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی، درک عمیق‌تری از سازوکارهای تأثیرگذاری دین بر رفتار اقتصادی فراهم می‌آورند. همچنین این پژوهش نشان داد که اقتصاد آزمایشگاهی به‌عنوان یک روش شناخته‌شده، می‌تواند ابزار مناسبی برای سنجش دقیق مفاهیم انتزاعی مانند اعتماد و امانت‌داری در سطح خرد باشد و امکان جداسازی روابط متغیرهای مختلف را فراهم آورد.

با توجه به ماهیت همبستگی داده‌های این پژوهش که از طریق پرسشنامه و بازی آزمایشگاهی جمع‌آوری شده‌اند، تفسیر نتایج به عنوان «رابطه» یا «همبستگی» صورت گرفته است و نمی‌توان از آن برای استنباط علیت قطعی استفاده کرد. با این حال، کنترل دقیق متغیرهای مداخله‌گر در محیط آزمایشگاهی، اعتبار این روابط همبستگی را افزایش می‌دهد.

باوجود تلاش‌های انجام‌شده، این پژوهش با محدودیت‌هایی مواجه بود. حجم نمونه (۱۰۴ نفر) و تمرکز بر جمعیت دانشجویی، تعمیم‌پذیری نتایج را محدود می‌کند. همچنین استفاده از یک بازی اقتصادی خاص (بازی سرمایه‌گذاری) ممکن است تمام ابعاد رفتار اعتماد را پوشش ندهد. با این حال، از آنجا که بازی سرمایه‌گذاری یکی از استانداردترین ابزارهای سنجش اعتماد در اقتصاد رفتاری است، می‌تواند مبنای مناسبی برای تحلیل‌های اولیه در این حوزه باشد. پژوهش‌های آینده

1. Moral Licensing

می‌توانند با نمونه‌های غیردانشجویی، تنوع بیشتر در ابزارهای سنجش دین‌داری و کاربرد بازی‌های رفتاری متنوع‌تر، به غنای این حوزه بیفزایند. همچنین بررسی نقش تعدیل‌گر متغیرهایی مانند جنسیت، وضعیت تأهل و پایگاه اقتصادی–اجتماعی در رابطه بین ابعاد دین‌داری و اعتماد، می‌تواند مسیرهای جدیدی برای پژوهش‌های آتی گشاید. به‌طور کلی، این پژوهش نشان می‌دهد که دین‌داری یک سازه چندبعدی است و رابطه آن با رفتار اقتصادی را تنها از طریق بررسی ابعاد تشکیل‌دهنده آن در سطح خرد می‌توان به‌درستی درک کرد.

منابع

قرآن کریم

آلهاندرو، پ. (۱۳۸۴)، ***سرمایه اجتماعی، خاستگاه و کاربردهایش در جامعه‌شناسی مدرن***؛ گردآورنده کیان تاجبخش؛ ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان؛ تهران: انتشارات شیرازه.

انصاری سامانی، ح.؛ پورفرج، ع. ر.، زارع، م. و امینی، ع. (۱۳۹۴)، مقدمه‌ای بر اقتصاد رفتاری: مفهوم، روش‌شناسی و شیوه‌های استخراج ترجیحات، ***اقتصاد تطبیقی***، دوره ۲، شماره ۱، صص ۶۹–۳۷.

حق شناس، ح. (۱۳۷۸)، هنجاریابی آزمون شخصیتی نئو (فرم تجدیدنظر شده)، ***اندیشه و رفتار***، دوره ۲۸، صص ۳۸–۴۷.

سید جوادین، ر. (۱۳۷۸)، روش‌های ایجاد اعتماد و سازمان، ***فصلنامه مصباح***، دوره ۵، شماره ۱۸، صص ۶۶–۵۵.

شجاعی زند، ع. (۱۳۸۴)، مدلی برای سنجش دین‌داری در ایران، ***جامعه‌شناسی ایران***، دوره ۶، شماره ۱، صص ۶۶–۳۴.

محمدی‌راد، ح. (۱۳۷۸)، ***صاحبان حق در رساله حقوق امام سجاد (ع)***، قم: دار النشر اسلامی.

معین، م. (۱۳۸۸)، ***فرهنگ فارسی***، تهران: امیر کبیر.

نظرپور، م. ت. (۱۳۸۴)، آزمون‌های تجربی در اقتصاد وکاربرد آن در اقتصاد اسلامی، ***اقتصاد اسلامی***، دوره ۴، شماره ۱۷، صص ۴۴–۱۱.

References

Agarwala, R., Mishra, P., & Singh, R. (2019). Religiosity and consumer behavior: a summarizing review. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 16(1), 32-54.

Ahmed, J. Q. (2024). The Influence of Religion on Economic Development: Social analysis study. *Koya University Journal of Humanities and Social Sciences*, 7(2), 15–30.

Aldashev, G., & Platteau, J. P. (2014). Religion, Culture, and Development. *Handbook of the Economics of Art and Culture*, 2, 587-631.

Batson, C. D., Schoenrade, P., & Ventis, W. L. (1993). *Religion and the Individual.* Oxford, UK: Oxford University Press.

Becker, S. O., Rubin, J., & Woessmann, L. (2024). Religion and Growth. *Journal of Economic Literature*, 62(3), 1094–1142.

Bereczkei, T., & Czibor, A. (2014). Personality and situational factors differently influence high Mach and low Mach persons' decisions in a social dilemma game. *Personality and Individual Differences*, 64, 168-173.

Brülhart, M., & Usunier, J. C. (2010). Does the trust game measure trust? *Economics Letters*, 115, 20-23.

Cai, Y., & Hung, S. Y. (2024). Religion and Trust in Hong Kong. *The China Quarterly*, 259, 611–628.

Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). Four ways five factors are basic. *Personality and individual differences*, 13(6), 653-665.

Dilmaghani, M. (2016). Religiosity and social trust: evidence from Canada. *Review of Social Economy*, 75(1), 49-75.

Dingemans, E., & Van Ingen, E. (2015). Does Religion Breed Trust? A Cross-National Study of the Effects of Religious Involvement, Religious Faith, and Religious Context on Social Trust. *International Association of Management, Spirituality & Religion*, 54(4), 739-755.

Eckel, C. C., & Grossman, P. J. (2004). Giving to secular causes by the religious and nonreligious: An experimental test of the responsiveness of giving to subsidies. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 33(2), 271-289.

Fehr, E., Fischbacher, U., Schupp, J., von Rosenb, B., & Wagner, G. G. (2002). A nationwide laboratory examining trust and trustworthiness by integrating behavioural experiments into representative surveys. *Schmollers Jahrbuch*, 122, 519–542.

Feng, D., Gao, M., & Zhou, L. (2023). Religion and household borrowing: Evidence from China. *International Review of Economics & Finance*, 88, 60–72.

Fischbacher, U. (2007). Z-Tree: Zurich toolbox for ready-made economic experiments. *Experimental Economics*, 10, 171–178.

Fonu, P. D. D., Asravor, R. K., Sackey, F. G., & Obuobisa-Darko, T. (2024). The power of faith: how religion shapes the decision making and choices of Ghanaian consumers – insights from a cross-sectional study. *Cogent Arts & Humanities*, 11(1), 2438489. https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2438489.

Fox, J., Eisenstein, M., & Breslawski, J. (2022). State Support for Religion and Social Trust. *Political Studies*, 1–21.

Hoffmann, R. (2013). The experimental economics of religion. *Journal of Economic Surveys*, 27(5), 813-845.

Iannaccone, L. R. (1998). Introduction to the Economics of Religion. *Journal of economic literature*, 1465-1495.

Johnson, L. T. (1991). *The gospel of Luke* (No. 3). Liturgical Press.

Keizer, P. (2007). *Towards a Theoretical Foundation for a Multidisciplinary Economics*. Utrecht School of Economics, Utrecht University.

Kwatia, B. O., Amewu, G., & Armah, M. (2024). Religiosity and financial development in Africa: evidence from panel quantile regression. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2315313.

Lechner, A. T. (2013). *Religion and Trust in Strangers: Evidence from a Trust Game with Third Party Punishment* (Working Paper). Passau University, Department of Economics.

Li, Y., & Zhu, P. (2016). Religion and People's Choice of Financial Assets: A Research Based on CGSS2010. *Open Journal of Social Sciences*, 4, 4-12.

Lipford, J., McCormick, R. E., & Tollison, R. D. (1993). Preaching matters. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 21(3), 235-250.

Lipford, J. W., & Tollison, R. D. (2003). Religious participation and income. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 51(2), 249-260.

Lönnqvist, J. E., Verkasalo, M., & Walkowitz, G. (2011). It pays to pay – Big Five personality influences on co-operative behavior in an incentivized and hypothetical prisoner‟s dilemma game. *Personality and Individual Differences*, 50, 300-304.

McCleary, R. M., & Barro, R. J. (2006). Religion and economy. *The Journal of Economic Perspectives*, 49-72.

Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2002). The dark triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Journal of research in personality*, 36(6), 556-563.

Paciotti, B., Richerson, P., Baum, B., Lubell, M., Waring, T., McElreath, R., Efferson, C,. & Edsten, E. (2011). Are religious individuals more generous, trusting, and cooperative? An experimental test of the effect of religion on prosociality. *Research in Economic Anthropology*, 31, 267-305.

Quijano-Sanchez, L., Recio-Garcia, J. A., & Diaz-Agudo, B. (2010). Personality and social trust in group recommendations. *In Tools with Artificial Intelligence (ICTAI), 2010 22nd IEEE International Conference on* (Vol. 2, pp. 121-126).

Ramli, A. M., & Iskandar Mirza, A. A. (2007). The Theory of Consumer Behavior: Conventional vs. Islamic. Proceedings of the 2nd Islamic Conference 2007 (iECONS2007) organized by Faculty of Economics and Muamalat , Islamic Science University of Malaysia.

Rand, D. G., Dreber, A., Haque, O. S., Kane, R. J., Nowak, M. A., & Coakley, S. (2014). Religious motivations for cooperation: an experimental investigation using explicit primes. *Religion, Brain & Behavior*, *4*(1), 31-48.

Ruffle, B. J., & Sosis, R. (2006). Cooperation and the in-group-out-group bias: A field test on Israeli kibbutz members and city residents. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 60(2), 147-163.

Rutar, M., Naterer, A., & Lavrič, M. (2025). Mental health and social trust: Age and religiosity as moderators among young people in Croatia and Slovenia. *Journal of Trust Research*, 15(1), 84-114.

Schoenfeld, E. (1978). Image of man: The effect of religion on trust. *Review of Religious Research*, 20 (1), 61–67.

Sosis, R., & Ruffle, B. J. (2003). Religious ritual and cooperation: Testing for a relationship on Israeli religious and secular Kibbutzim. *Current Anthropology*, 44(5), 713-722.

Tan, J. H. (2006). Religion and social preferences: An experimental study. *Economics Letters*, 90(1), 60-67.

Tan, J. H., & Vogel, C. (2008). Religion and trust: An experimental study. *Journal of Economic Psychology*, 29(6), 832–848.

Valente, R. R., & Okulicz-Kozaryn, A. (2020). *Religiosity and trust: evidence from the United States. In Review of Religious Research*. Rutgers University. https://doi.org/10.7282/t3-e2w4-6t65 Published Version: https://doi.org/10.1007/s13644-020-00437-8 Document Version: Submitted Manuscript Under Review (SMUR).

Yavas, A. (1999). *Experimental Tests of the Homo Economicus The Implications for the Research on Islamic Economics*. Proceedings of the Third Harvard University Forum on Islamic Finance: Local Challenges, Global Opportunities Cambridge, Massachusetts. Center for Middle Eastern Studies, Harvard University.

Zhong, C., Pan, L., & Shu, L. (2016). Do religious beliefs affect borrowing behavior? Evidence from Chinese households. *Review of Economics of the Household*, 14(4), 989–1005.

Religiosity, Trust and Trustworthiness in Experimental Economics: An Interdisciplinary Approach to the Role of Religiosity Dimensions in Explaining Economic Behavior at the Micro Level

Habib Ansari Samani[1]*, Alireza Pourfaraj[2], Mohammad Taghi Gilak Hakimabadi[3], Hadis Dalvandi[4]

1. Corresponding Author*, Department of Economics, Faculty of Economics, Management and Accounting, Yazd University, Yazd, Iran. Email: h.samani@yazd.ac.ir
2. Department of Economics, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Mazandaran, Mazandaran, Iran. Email: a.pourfaraj@umz.ac.ir
3. Department of Economics, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Mazandaran, Mazandaran, Iran. Email: mgilak@umz.ac.ir
4. Department of Economics, Faculty of Administrative Sciences and Economics, University of Isfahan, Isfahan, Iran. Email: dalvandi.h@ase.ui.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:
Research Paper

Article History:
Received: 27 April 2026
Accepted: 06 September 2026
Published: 22 October 2026

Keywords:
Religiosity, Trust, Trustworthiness, Investment Game, Experimental Economics.

ABSTRACT

Introduction: This study adopts an interdisciplinary approach within the framework of experimental economics to investigate the effects of the four dimensions of religiosity (beliefs, rituals, ethics, and canonical practices) on trust behavior at the micro level, while also examining the overall composite index as a combined measure of these dimensions.

Methodology: Religiosity was measured using a questionnaire based on the four main dimensions (beliefs, rituals, ethics, and canonical practices), and the overall index was calculated as a composite of these dimensions. Trust behavior was measured through a two-stage reciprocal investment game with an anonymous partner on a sample of 104 students from the University of Mazandaran. The data were analyzed using hierarchical regression analysis.

Results: The results showed that religiosity as a composite index has no significant relationship with trust, which is consistent with previous studies. However, when the dimensions were disaggregated, more complex results emerged: "rituals" and "beliefs" showed a negative relationship with trust at the 10% significance level, while "ethics" showed a positive relationship with it. Additionally, individuals with high scores in "canonical practices" were significantly more trustworthy. These findings indicate that different dimensions of religiosity have distinct and sometimes contradictory relationships with economic behavior.

Conclusions: The findings indicate that the lack of a significant relationship between overall religiosity and trust in previous research stems from the contradictory and heterogeneous relationships of its different dimensions. In other words, some dimensions of religiosity (e.g., ethics) increase trust, while others (e.g., beliefs and rituals) decrease it. These contradictions within a composite index cancel each other out, leading to the non-significance of the overall relationship. Therefore, paying attention to the more detailed dimensions of religiosity is essential for understanding its true role in economic behavior.

Cite this article: Ansari Samani, H., Pourfaraj, A., Gilak Hakimabadi, M.T., Dalvandi, H. (2025). Religiosity, Trust and Trustworthiness in Experimental Economics: An Interdisciplinary Approach to the Role of Religiosity Dimensions in Explaining Economic Behavior at the Micro Level. *Journal of Economic & Developmental Sociology*, 15 (2), 129-150

© The Author(s). Publisher: University of Tabriz Press. 10.22034/jeds.2026.72062.1938