



### **Danuta Milaszewicz**

Uniwersytet Ekonomiczny w Szczecinie  
Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania  
Katedra Makroekonomii  
dmilasz@wneiz.pl

## **ZAUFANIE JAKO WARTOŚĆ SPOŁECZNA**

**Streszczenie:** Odspolecznienie tradycyjnej ekonomii, oznaczające skupianie się jej jedynie na czynnikach ekonomicznych, spowodowało, że wartości społeczne zaczęto ujmować, tak jak zysk, w kategoriach wyłącznie ilościowych. Celem artykułu jest analiza zaufania jako jednej z głównych wartości społecznych. W pierwszej części opracowania omówiono kategorię wartości z punktu widzenia wybranych nauk oraz wartości społecznej. W kolejnej przedstawiono złożoność interpretacji kategorii zaufania i próbę ustalenia jej treści. W podsumowaniu zawarto wnioski dotyczące społecznej wartości zaufania.

**Słowa kluczowe:** zaufanie, wartość społeczna, kapitał społeczny.

### **Wprowadzenie**

Tradycyjna ekonomia (neoklasyczna), mimo że jest nauką społeczną, tworzy oparte na pierwotnych, nierealistycznych założeniach bezkontekstowe analityczne teorie. Teorie te oraz imponujący i zaawansowany technicznie wachlarz modeli je tworzących nie wypełniają jednak wystarczająco dobrze predykcyjnej funkcji przypisywanej każdej nauce. Przyczyn tego należy szukać w oderwaniu od rzeczywistości aksjomatycznych założeń leżących u podstaw tych modeli, czyli uznaniu, że inne czynniki pozaekonomiczne, niewpisujące się w racjonalne zachowanie ściśle kalkulujących jednostek dążących do maksymalizacji swojej użyteczności, są nieistotne. To skupienie się ekonomii głównego nurtu na wyjaśnieniu tylko jednego typu zachowań ludzkich (racjonalnych, kierowanych jedynie motywami ekonomicznymi) zostało określone jako jej „odspolecznienie” (*desocialisation*) [Milonakis i Fine, 2009]. Wykluczenie z analiz kwestii społecznych jest jedną z płaszczyzn krytyki ekonomii głównego nurtu i powodem znacznego ograniczenia zdolności tej nauki do wyjaśniania wielu zjawisk.

Jak pisze francuska filozof Ch. Delsol [2003], „kiedy zanikają uniwersalne wartości i sens życia zbiorowego, na takiej pustyni ostaje się tylko jeden cel: dobrze żyć w możliwie jak największym komforcie. Cel ekonomiczny staje się podstawowy (...) nie znajduje konkurencji” [Delsol, 2003, s. 150-151]. Siłą napędową ludzkiego działania staje się wówczas „bez wątpienia chciwość, jeszcze raz chciwość, nienawiść oraz miłość” [Friedman, 2006].

Uwzględnienie w ekonomii głównego nurtu jedynie ekonomicznych wartości, ważnych z punktu widzenia racjonalnie działających jednostek, prowadzi do skupiania się na motywach ludzkiego działania, które wypaczają obraz społeczeństwa i sens życia społeczno-gospodarczego, oraz oznacza nieliczenie się z obiektywną rzeczywistością. Dowody dostarczane przez ekonomię behawioralną, eksperymentalną, czy teorię gier wskazują, że jednostki nie tylko zakładają istnienie innych wartości niż ekonomiczne, ale także dokonują wyborów, kierując się tymi wartościami. Jedną z takich wartości jest zaufanie, mające ogromne znaczenie w życiu społecznym, a które obecne jest przecież także w życiu ekonomicznym.

Głównym celem opracowania jest analiza kategorii zaufania, które powinno być traktowane przede wszystkim jako wartość społeczna, przynosząca efekty dla społeczeństwa. W pierwszej części omówiono kategorię wartości w rozumieniu wybranych nauk (ekonomii, socjologii i politologii) oraz wartości społecznej. Następnie przedstawiono złożoność interpretacji kategorii zaufania i próbę ustalenia jej treści. W podsumowaniu zawarto wnioski dotyczące znaczenia społecznej wartości zaufania. Główną metodą wykorzystaną w opracowaniu jest analiza literatury przedmiotu.

## 1. Wartość a wartość społeczna

Wartość stanowi przedmiot badań wielu dyscyplin nauki, a w literaturze przedmiotu spotyka się różne definicje tego pojęcia. Ogólną definicję wartości przedstawia U. Schrade [1992, s. 16], który za wartość uznaje wszystko to, co cenne, a to z kolei jest wyznaczane przez ludzkie potrzeby i pragnienia. Podobnie definiuje ją B. Klimczak [2014], według której wartością jest to wszystko, co jako cenne, godne pragnień i wyboru przez człowieka, stanowi cel jego dążeń. Wartości są potrzebne do dokonywania ocen i podejmowania decyzji, ponieważ służą człowiekowi:

- do określenia punktu odniesienia, stanowiąc kryterium oceny tego, co jest, a więc do odpowiedzi na pytanie, jaką wartość mają stan człowieka, natury, społeczeństwa, czyny człowieka i jego wytwory,

- do określenia kierunku, czyli bliższego i dalszego celu działań człowieka; stanowią wtedy kryterium wyboru dążeń człowieka i nadają sens jego działaniom i życiu.

Socjologiczną definicję wartości można znaleźć u J. Szczepańskiego [1970, s. 97]. Według tego autora wartość stanowi dowolny przedmiot materialny lub idealny, idea lub instytucja, obiekt wyimaginowany lub realny, w stosunku do którego podmioty przyjmują postawę szacunku, przypisują ważną rolę w swoim życiu i dążenia do jego osiągnięcia odczuwają jako przymus. W sensie socjologicznym wartości są w pewnym zakresie społecznie usankcjonowane, charakterystyczne dla danej kultury i społeczności. Ukierunkowują one jednostki, wskazując cele, środki i motywacje dla ich działań. Podtrzymują także i wzmacniają aktywność jednostek w życiu społecznym [Szymczyk, 2010].

S. Kowalczyk [2006, s. 133] uważa, że dla jednych wartości mają charakter obiektywny, istnieją w przedmiotach, obiektach, a dla innych mają charakter subiektywny, istnieją tylko w umyśle oceniającego podmiotu. Widoczne są tu dwie podstawowe orientacje określające status ontyczny wartości: obiektywistyczna i subiektywistyczna. Ta druga charakterystyczna jest dla ekonomii, ale można ją także odnaleźć w rozważaniach politologicznych, gdzie „wszystko może stać się przedmiotem wartości, czyli obiektem jednostkowego i/lub grupowego pożądania, kluczowym motywem zachowania w sferze prywatnej i publicznej” [Łyżwa, 2012]. Nieco odmienną politologiczną definicję wartości przedstawia H. Loek [2010, s. 364], uznający za wartości głęboko zakorzenione motywacje lub orientacje kierujące lub wyjaśniające pewne postawy, normy lub opinie, które sterują działaniem ludzi albo przynajmniej jego częścią. Pozostawanie wiernym konkretnej wartości stanowi dyspozycję lub skłonność do postępowania w określony sposób.

Współczesne teorie ekonomiczne nie traktują wartości jako ważnej kategorii ekonomicznej. Coraz częściej ekonomiści używają określenia „wartość” w sensie ogólnym, subiektywnym, potocznym. Według K. i J. Fiedorowiczów [2012] wartość w ekonomii występuje wtedy, gdy zachodzi relacja, więź lub stosunek między podmiotem, czyli użytkownikiem danego dobra ekonomicznego, a przedmiotem, czyli samym dobrem ekonomicznym.

U. Zagóra-Jonszta [2014] wskazuje, że współczesne rozważania ekonomiczne sprowadzają wartość do ceny, przyjmując, że najważniejsza jest wartość wymienna, rozumiana jako relacja wymienna dóbr dokonująca się za pośrednictwem pieniądza. W ekonomii wartość rozumiana jest także jako użyteczność, przyjmując, że rzeczy bezużyteczne są zarazem bezwartościowe. Współcześnie kategoria wartości nabrała praktycznego znaczenia, a ekonomiści zadawali się

intuicyjnym rozumieniem jej sensu, dostosowanym najczęściej do kontekstu [Zagóra-Jonszta, 2014]. Choć właśnie to dostosowanie definicji wartości do bieżącej potrzeby doprowadziło do wieloznaczności jej interpretacji we współczesnej ekonomii, to nie dostrzega się wśród nich obiektywistycznej orientacji określania sposobu istnienia tej kategorii. Jak pisze P. Łyżwa [2012], ze względu na to, że wartość ma nie tylko aspekt subiektywny, wewnętrzny, ale także zewnętrzny, zobiektywizowana definicja wartości musi zawierać także kontekst społeczny.

Według C.E. Ayersa wartości społeczne kształtują się w ramach systemu kultury społecznej, który wypełniają instytucje oraz całe światy techniki i gospodarki [Stankiewicz, 2012, s. 20]. W związku z tym każde dobro, oprócz wartości cenowej, badanej przez neoklasyków ekonomii, posiada również wartość społeczną, którą Ayers nazywa także wartością przemysłową. Tak rozumianą wartość społeczną dobra określa się na podstawie wkładu danego dobra do dobrobytu społecznego [Stankiewicz, 2007, s. 383].

Kategorię wartości społecznych należy jednak rozumieć znacznie szerzej. Można je zdefiniować jako mniejszy lub większy zbiór wartości akceptowanych przez wszystkich lub przynajmniej przez większość członków społeczności, na podstawie których dochodzą oni do konsensu, dialogu oraz podejmują pozytywną kooperację na rzecz dobra wspólnego [Piwowarski, 1996, s. 243]. Według J. Szymczyka [2010] wartości społeczne są podstawą organizacji systemu społecznego oraz tożsamości kulturowej, a jeżeli uzyskują szerszą, a nawet powszechną zgodę społeczną, zyskują miano wartości podstawowych. Takie wartości istnieją w kulturze każdego społeczeństwa, stanowiąc jej istotę i specyfikę. Społeczeństwo ceni te wartości bardziej niż inne i odgrywają one w społeczeństwie doniosłą rolę. Akceptacja wartości społecznych determinuje istnienie każdego społeczeństwa, a zatem także państwa. Na tych wartościach powinien opierać się porządek społeczny i polityczny, ale także gospodarczy każdego z państw [Szymczyk, 2010]. To szerokie rozumienie wartości społecznych pozwala na zaliczenie do nich zaufania, które mając różne poziomy i typy, cenione jest przez społeczeństwo we wszystkich wymiarach jego funkcjonowania.

## **2. Zaufanie i jego społeczna wartość**

Pojęcie „zaufanie” jest trudne do jednoznacznego zdefiniowania. Wynika to zarówno z wąskich wewnątrzdiscyplinarnych proliferacji jego definicji, jak i z wieloznaczności słowa „zaufanie” w jego codziennym użytkowaniu. W literaturze przedmiotu zaufanie definiowane jest zarówno jako rzeczownik, jak i czasownik,

zarówno jako cecha osobowości, jak i przekonanie, zarówno w odniesieniu do struktur społecznych, jak i behawioralnych zamiarów [McKnight i Chervany, 2001, s. 28]. Zaufanie definiowane jest zatem na wiele sposobów i różnie mierzone w poszczególnych badaniach.

Według A. Giddensa zaufanie to „oparte na zawierzeniu, które równoważy niewiedzę lub brak informacji, poleganie na osobach lub systemach abstrakcyjnych” [Giddens, 2002, s. 318]. Uważa on, że cechą tradycyjnych społeczeństw i klasycznych państw jest tzw. zaufanie bierne „oparte na akceptacji symboli władzy ustanowionych zwyczajowo lub przez tradycję” [Giddens, 2009, s. 13, 144]. Zaufanie aktywne, będące mechanizmem solidarności społecznej w społeczeństwach postindustrialnych i sieciowych, jest natomiast „oparte na monitorowaniu uczciwości drugiej osoby w sposób otwarty i ciągły” [Giddens, 2009, s. 13]. Zaufanie aktywne musi być odnawiane, zakłada otwartość, możliwość wykorzystywania nowych informacji oraz publiczną śmiałość. Zastępuje ono uległość dwustronnymi negocjacjami, a jego poszerzanie jest istotne dla redukcji nierówności i ubóstwa [Klimczuk, 2012, s. 72].

Polski socjolog P. Sztompka wyjaśnia, że „zaufanie i nieufność to swoiste zakłady na temat przyszłych, niepewnych działań innych ludzi” [Sztompka, 2006, s. 310]. Wśród rodzajów zaufania wyróżnia: osobiste (do konkretnych ludzi), pozycyjne (do określonych ról społecznych, zawodów, stanowisk), komercyjne (do produktów, marki, firmy), technologiczne (do różnego rodzaju systemów technicznych: komunikacyjnych, energetycznych, informatycznych), instytucjonalne (do złożonych organizacji, angażujących licznych, anonimowych uczestników, np. do banku, giełdy czy uczelni), systemowe (do całego systemu społecznego i jego uczestników – ustroju, cywilizacji bądź gospodarki). Mogłoby się wydawać, że w jego ujęciu zaufaniem można obdarzać zarówno ludzi, jak i rzeczy. Wyjaśnia on jednak, że „zaufanie to przekonanie plus oparte na nim działanie” [Sztompka, 2007, s. 71]. Ale wszystkie wymienione wyżej obiekty można zredukować do ludzkich działań, dlatego „ostatecznie zawsze ufamy właśnie w takie działania, a w konsekwencji także w ich efekty i produkty” [Sztompka, 2007, s. 111]. Z wyróżnionych rodzajów zaufania wynika, że jest ono nie tylko osobistą postawą, ale odnosi się także do całego współczesnego społeczeństwa, stając się elementem jego kultury.

Według Sztompki zaufanie to najcenniejsza odmiana kapitału społecznego [Sztompka, 2007, s. 71], a R. Putnam uważa z kolei, że jest ono elementem kapitału społecznego, który „odnosi się do takich cech organizacji społeczeństwa jak zaufanie, normy i powiązania, które mogą zwiększyć sprawność społeczeństwa, ułatwiając skoordynowane działania” [Putnam, 1995, s. 264].

F. Fukuyama postrzega natomiast zaufanie jako przejaw kapitału społecznego; według niego jest „to mechanizm oparty na założeniu, że innych członków danej społeczności cechuje uczciwe i kooperatywne zachowanie oparte na wyznawanych normach” [Fukuyama, 1997, s. 38]. Zaufanie zależy od stopnia, w jakim grupa ludzi uznaje wspólne normy i wartości, oraz od tego, na ile członkowie tej społeczności potrafią poświęcić, czy też odłożyć w czasie zaspokojenie swojego partykularnego dobra dla dobra grupy [Fukuyama, 1997, s. 20].

Według z kolei A. Matysiak [2011] zaufanie jest atrybutem kapitału społecznego, który można ujmować statycznie, utożsamiając go z określoną strukturą społeczną, lub dynamicznie. W ujęciu dynamicznym jest on procesem, czyli ciągiem działań, których podstawą jest zaufanie i wiarygodność. Istniejące dwie sfery życia społecznego, prywatna i publiczna, oznaczają dla tego autora, występowanie dwóch rodzajów zaufania. Pierwszy to zaufanie rynkowe w sferze prywatnej, ważne ze względu na zakres wymiany rynkowej. Nie jest ono jednorodne, gdyż można wyróżnić zaufanie między podmiotami wymiany rynkowej (zdeteterminowane przez instytucje i mechanizmy funkcjonowania rynku) oraz zaufanie organizacyjne (decydujące o koordynacji działań w organizacji podporządkowanej osiągnięciu wspólnego celu przez wszystkich jej członków). Drugi to zaufanie publiczne, którego podmiotami są obywatele oraz organy państwa stanowiące prawo, stosujące je i egzekwujące, koordynujące działania zbiorowe [Matysiak, 2011]. Tak rozumiany atrybut kapitału społecznego może stanowić zarówno wartość w ujęciu subiektywnym, jednostek i organizacji, jak również może być źródłem wartości dla całego społeczeństwa.

W literaturze poświęconej kapitałowi społecznemu częściej wyróżnia się jednak trzy poziomy (wymiar) zaufania, odpowiadające typom kapitału społecznego. Pierwszy – wiążący kapitał społeczny – reprezentuje mocne sieci społeczne, wiąże ludzi, którzy się już znają i darzą zaufaniem osobistym (prywatnym), a mając charakter inkluzywny, może spajać ich w zamknięte grupy, wykluczając z nich inne jednostki [Szreter i Woolcoc, 2004]. Grupy takie (np. rodziny) „mogą redukować kapitał szerszej społeczności, nie utrzymując z nim więzi i obniżając ogólny poziom zaufania” [Lewenstein, 2006]. Zaufanie ogólne (uogólnione, zgeneralizowane) niezbędne jest do tworzenia drugiego typu kapitału społecznego, tzw. pomostowego, który dostrzegalny jest w sieciach zewnętrznych obejmujących ludzi z różnych grup, w poprzek rozmaitych podziałów społecznych [Putnam, 2000, s. 22]. Na tworzenie zaufania zgeneralizowanego ma wpływ życie społeczne i polityczne, czyli zdobywane w trakcie ludzkiej egzystencji doświadczenia. Brak tego zaufania wynika jednak nie tylko z działań innych, ale także z własnych postaw jednostek, które są nastawione na realizację dobra własnego, kosztem wspólnego [Nowakowski, 2008].

Zaufanie uogólnione jest jednym z wymiarów tzw. zaufania społecznego, stanowiąc bazę drugiego jego wymiaru, czyli zaufania instytucjonalnego. To ostatnie odnosi się do trzeciego typu kapitału społecznego – łączącego, który obejmuje relacje z ludźmi zajmującymi pozycję na różnych poziomach władzy oraz charakteryzuje relacje pomiędzy grupami mogącymi różnić się od siebie zarówno funkcją, wielkością, charakterem, jak i usytuowaniem w hierarchii społecznej [Onyx i Bullen, 2000; Aldridge i in., 2002, s. 12]. Główną podstawą zaufania instytucjonalnego jest przede wszystkim doświadczenie pośrednie, przekazywane informacje o funkcjonowaniu instytucji publicznych i liderach politycznych. Ten wymiar zaufania społecznego jest jednak z reguły mocno zintegrowany z zaufaniem zgeneralizowanym, a to ostatnie może być pogłębiane dzięki zaufaniu instytucjonalnemu. Zaufanie społeczne może zatem określać kształt instytucji, ale także wynika z ich działania [Nowakowski, 2008].

### Podsumowanie

W zakończeniu przeprowadzonej analizy literatury przedmiotu na temat zaufania jako wartości społecznej należy podkreślić jego znaczenie dla społeczeństwa. Zaufanie zatem:

- odgrywa rolę w prawie wszystkich relacjach międzyludzkich [Fehr, 2009],
- jest czynnikiem niezbędnym do koordynacji działań ludzkich [Matysiak, 2011],
- jest „budulcem” niezbędnym do tworzenia skomplikowanych relacji społecznych, mających na celu wytworzenie wspólnego dobra [Krzyminiewska, 2003],
- ma wpływ na społeczną integrację, współpracę, stabilność i rozwój demokracji [Nowakowski, 2008],
- „jest dobrem społecznym, które powinno być chronione tak samo jak powietrze, którym oddychamy i woda, którą pijemy. Gdy jest nadwyrężone, wspólnota jako całość cierpi; kiedy zostanie zniszczone, społeczeństwo załamuje się i rozpada” [Bok, 1978, s. 26],
- nie jest towarem, którego wymiana na wolnym rynku jest technicznie możliwa, czy nawet uzasadniona [Fukuyama, 1997, s. 179].

Zaufanie, szczególnie uogólnione i instytucjonalne, powinno być zatem traktowane jako dobro wspólne, mające charakter czystego dobra publicznego. Stanowi ono fundament życia społecznego, zapewniający skuteczność i efektywność zbiorowych działań mających na celu dobro całego społeczeństwa, a gdy go brakuje zastępują go instytucjonalne substytuty skupiające się na realizacji partykularnych interesów.

## Literatura

- Aldridge S., Halpern D., Fitzpatrick S. (2002), *Social Capital: A Discussion Paper*, Performance and Innovation Unit, London.
- Bok S. (1978), *Lying: Moral Choice in Public and Private Life*, Pantheon Books, New York.
- Delsol Ch. (2003), *Esej o człowieku późnej nowoczesności*, Znak, Kraków.
- Fehr E. (2009), *On the Economics and Biology of Trust*, „Journal of the European Economic Association”, Vol. 7, Iss. 2-3.
- Fedorowicz K., Fedorowicz J. (2012), *Kształtowanie się kategorii wartości ekonomicznej*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach”, nr 95, Seria: Administracja i Zarządzanie.
- Friedman M. (2006), *Es ist unmoralisch, Geld von den Reichen zu nehmen um es den Armen zu geben, Interview mit Milton Friedman*, „Süddeutsche Zeitung Magazin”, 23. Juni, <http://sz-magazin.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/1250/Es-ist-unmoralisch-Geld-von-den-Reichen-zu-nehmen-um-es-den-Armen-zu-geben>, 11.04.2016.
- Fukuyama F. (1997), *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Giddens A. (2002), *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Giddens A. (2009), *Europa w epoce globalnej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Klimczak B. (2014), *Aksjologiczne uwikłania ekonomii*, „Annales. Etyka w życiu gospodarczym”, vol. 17, nr 1.
- Klimczuk A. (2012), *Kapitał społeczny ludzi starych na przykładzie mieszkańców miasta Białystok*, Wiedza i Edukacja, Lublin.
- Kowalczyk S. (2006), *Człowiek w poszukiwaniu wartości. Elementy aksjologii personalistycznej*, Wydawnictwo KUL, Lublin.
- Krzyminiewska G. (2003), *Znaczenie zaufania w budowaniu kapitału społecznego. Ekonomiczny i społeczny wymiar zjawiska*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, z. 2.
- Lewenstein B. (2006), *Spółeczeństwo rodzin czy obywateli – kapitał społeczny Polaków okresu transformacji*, „Societas/Communitas”, nr 1.
- Loek H. (2010), *Wartości polityczne* [w:] R.J. Dalton, H.D. Kligemann (red.), *Zachowania polityczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Łyżwa P. (2012), *Aksjologiczne uwarunkowania polityki jako sfery społecznej – zarys problemu*, „Wrocławskie Studia Politologiczne”, nr 13.
- Matysiak A. (2011), *Spółeczny kapitał rynkowy*, „Polityka Społeczna”, nr 5-6.
- McKnight D.H., Chervany N.L. (2001), *Trust and Distrust Definitions: One Bite at a Time* [w:] R. Falcone, M. Singh, Y.-H. Tan (eds.), *Trust in Cyber-societies*, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg.



- Milonakis D., Fine B. (2009), *From Political Economy to Economics. Method, the social and the Historical in the Evolution of Economic Theory*, Routledge, New York, [http://pauladaunt.com/books/From\\_Political\\_Economy\\_to\\_Freakonomics.pdf](http://pauladaunt.com/books/From_Political_Economy_to_Freakonomics.pdf) (dostęp: 1.10.2015).
- Nowakowski K. (2008), *Wymiary zaufania i problem zaufania negatywnego w Polsce*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, z. 1.
- Onyx J., Bullen P. (2000), *Measuring Social Capital in Five Communities*, „The Journal of Applied Behavioral Science”, No. 36(1).
- Piwowarski W. (1996), *Socjologia religii*, Wydawnictwo KUL, Lublin.
- Putnam R. (1995), *Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków.
- Putnam R. (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon & Schuster, New York.
- Schrade U. (1992), *Etyka główne systemy*, Placet, Warszawa.
- Stankiewicz W. (2007), *Historia myśli ekonomicznej*, PWE, Warszawa.
- Stankiewicz W. (2012), *Ekonomika instytucjonalna. Zarys wykładu*, Warszawa, [http://pwsbia.edu.pl/pdf\\_files/Waclaw\\_Stankiewicz\\_Ekonomika\\_Instytucjonalna\\_I\\_II.pdf](http://pwsbia.edu.pl/pdf_files/Waclaw_Stankiewicz_Ekonomika_Instytucjonalna_I_II.pdf) (dostęp: 3.10.2015).
- Szczepański J. (1970), *Elementarne pojęcia socjologii*, PWN, Warszawa.
- Szreter S., Woolcoc M. (2004), *Heath by Association? Social Capital, Social Theory, and the Political Economy of Public Health*, „International Epidemiological Association”, Vol. 33, No. 4.
- Sztompka P. (2006), *Socjologia*, Znak, Kraków.
- Sztompka P. (2007), *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*, Znak, Kraków.
- Szymczyk J. (2010), *Wokół wartości i więzi społecznych Polaków. Wybrane aspekty i tendencje*, „Zeszyty Naukowe KUL” 53, nr 4(212).
- Zagóra-Jonszta U. (2014), *Rozważania wokół wartości – od Marksa do czasów współczesnych*, „Studia Ekonomiczne”, nr 176, UE Katowice.

### TRUST AS A SOCIAL VALUE

**Summary:** Desocialization of traditional economics, meaning focusing solely on economic factors, led to recognizing social values as profit in purely quantitative categories. The aim of the article is to present the trust as one of the main social values. The first part of the study discusses the category of value from the point of view of selected science and social value. Next one presents the complexity of the interpretation of the category of trust and an attempt to determine its contents. The summary contains conclusions on the social value of trust.

**Keywords:** trust, social value, social capital.