

Media a transfer zaufania w warunkach kryzysu

W warunkach kryzysu zaufanie staje się przynajmniej równie istotnym elementem decydującym o relacjach przedsiębiorstwa z klientami, jak kapitał finansowy i kapitał ludzki. Kryzysy, tak w makro jak i mikro skali, są wszak prezentowane jako kryzysy zaufania co dobitnie wskazuje na znaczenie osadzenia działalności gospodarczej w społecznym kontekście. Erozja zaufania bądź zagrożenie taką erozją oraz jest okazją do refleksji nad możliwością dokonania "transferu zaufania", do rozważenia, czy zaufanie można kupić i jak na zmiany zaufania wpływają media.

Ekonomia bliżej społecznych źródeł

Główny nurt teorii ekonomii oddalił się w ostatnich dekadach od studiów społecznych a ich „humanitarne oblicze” pozostawało poza większością analitycznych modeli. Przedmiotem analiz był przede wszystkim fenomen rynku z jego „sterylnymi” zachowaniami. Pod mikroskopem takich badań pozostawały konwencjonalne analityczne założenia perfekcyjnej informacji i wąsko pojmowanego własnego interesu. Takie podejście okazało się jednak ułomne, a dwie ostatnie dekady badań dotyczących kosztów transakcji, teorii gier i strategii zarządzania przesunęły nauki ekonomiczne ku analizom w których istotne znaczenie ma np. tożsamość osób podejmujących decyzję.¹ Innymi słowy organizacje biznesowe i zarządzanie przestały być bezimienne.

Współcześnie odwołanie się do tożsamości jest traktowane jako nowa możliwość ustanowienia fundamentów biznesu, a różnorodność dostępnych narzędzi bazująca na rygorze ekonomicznej analizy jest raczej traktowana jako wzmocnienie, a nie słabość dyscypliny. Działalność ekonomiczna pozostaje bowiem głęboko osadzona w społecznych strukturach, a społeczne normy, dyfuzja zaufania i logika uzyskiwania wzajemnych korzyści odgrywają ważne role we wszystkich transakcjach.²

W istocie można uznać, że wskazana tu tendencja skłaniania się ku docenianiu społecznego wymiaru ekonomii jest powrotem do źródeł. Kwestie były wszak obecne nie tylko

¹ P. Milerom, J. Roberts, *Economics, Organization and Management*, Prentice – Hall, Engelwood Cliffs 1992.

² R. Arnott, J. Stiglitz, *Moral Hazard and Non-Market Institutions: Dysfunctional Crowding Out or Peer Monitoring*, “American Economic Review” 1991, vol. 81 no. 1, s. 179-190; S. Bowles, H. Gintis, *Social Capital and Community Governance*, “The Economic Journal” 2002, vol. 112, s. 419 – 436.

w pracach A. Smitha (do którego dzieł w dobie kryzysu szczególnie chętnie przychodzi się odwoływać), ale np. także A. Sena.³

Jak zauważa M. Granovetter, przecież wszystkie ekonomiczne transakcje są osadzone w systemie interpersonalnych zależności i są warunkowane przez system społeczny w którym zachodzą.⁴ Wątek ten podsumowuje K. Arrow konstatacją, że wszystkie odbywające się na rynku transakcje zawierają element zaufania - gdy go brakuje, spada liczba korzystnych transakcji, a kontrakty finansowe są „nasycone zaufaniem w sposób szczególny; zaufaniem które jest odpowiednikiem zapisów umownych”.⁵ Takie podejście skłonia nawet D. Krepsa do redefinicji pojęcia przedsiębiorstwa, która przyjęła postać „nieuchwytnego majątku - nośnika reputacji korzystnej dla skutecznych transakcji i przyznawanie tej reputacji na kogokolwiek kto aktualnie posiada majątek”.⁶

Zaufanie jako kapitał

Zarysowany powyżej trend wydaje się szczególnie istotny zważywszy na kryzysowe zjawiska które w istocie okazują się kryzysami zaufania uczestników rynku. O wadze problemu przekonywać mogą analizy ujmowane na poziomie makro np przez Wskaźnik Zaufania Konsumentów (wg Conference Board) na podstawie ankiet przeprowadzanych w amerykańskich gospodarstwach domowych w wpływa na poziom konsumpcji, która w USA odpowiada za 2/3 amerykańskiego PKB. Podobne znaczenie ma indeks zaufania klientów Bloomburga - agencji prasowej specjalizującej się w dostarczaniu informacji na temat rynków finansowych czy badania Edelman Trust Barometr.⁷

W szerszym wymiarze rola zaufania wpisuje się w koncepcję kapitału społecznego stanowiąc jego podstawowy składnik. Związany z nią dorobek kilku dekad analiz pozwala uznać, że wysoki poziom tego kapitału przyczynia się m.in. do redukcji oportunistów sprzyjając współpracy i jest czynnikiem sprawczym rozwoju gospodarczego (network capitalism). Obniża też – to walor powszechnie podkreślany - koszty transakcyjne.⁸ Efekt jest

³ A. Sen, *On Ethics and Economics*, Blackwell, New York 1987.

⁴ M. Granovetter, *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness*, “American Journal of Sociology” 1985/91, s. 481 - 510.

⁵ K.J. Arrow, *Gifts and Exchange*, “Philosophy and Public Affairs” 1972, vol. 1, s. 357

⁶ D.M. Kreps, *Corporate Culture and Economic Theory*, [w:] J. E. Alt and K. A. Shepsle (red.), *Perspectives on Positive Political Economy*, Cambridge University Press, London 1990, s. 94 – 95.

⁷ www.edelman.com/trust

⁸ K. Kaźmierczak, *Kapitał społeczny a rozwój społeczno – ekonomiczny – przegląd podejść*, [w:] K. Kaźmierczak, K. Hernik (red.), *Kapitał społeczny. Ekonomia społeczna*, Fundacja Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2007, s. 46.

podobny do zredukowania średnich kosztów produkcji przez wzrost kapitału fizycznego.⁹ Zredukowane są koszty poszukiwań informacji i biznesowych partnerów. Ułatwiona jest komunikacja między wspólnikami, zredukowany jest czas zainwestowany przed i po negocjacjach kontraktu. Minimalizowane są także wysiłki związane z kontrolą i egzekwowaniem umów. Duży kapitał społeczny jest substytutem innych czynników (np. kosztów obsługi prawnej) lub jest uzupełnieniem produktywności innych aktywów, takich jak praca.

Bez kapitału społecznego trudno o powodzenie jakiegokolwiek przedsięwzięcia wymagającego współpracy. To zaufanie wyznacza zakres i formę relacji z partnerami, decyduje o tym, czy przybierze ona formę rywalizacji, czy współpracy.¹⁰

Większy kapitał społeczny jest spoiwem współpracy, walorem „cywilizującym” konkurencję rynkową.¹¹ To „niewidzialna ręka rynku” redukująca niepewność, czynnik sprawiający, że reputacja i nieformalne sankcje są skuteczniejsze od formalnych.¹² Posługując się terminologią finansową P. Bourdieu tłumaczy, że kapitał społeczny to swoisty „list uwierzytelniający uprawniający do zaciągania kredytu w różnych znaczeniach tego słowa”.¹³

Na poziomach makro i mikro wysoki poziom postrzeganego przez klientów i kontrahentów kapitału społecznego znakomicie ogranicza koszty ochrony własnych zasobów, gromadzenia informacji o uczestnikach życia gospodarczego oraz komunikowania własnych cech budzących zaufanie¹⁴

Podobnie jak inne formy kapitału, kapitał społeczny wpływa na poziom efektywności funkcjonowania i rozwoju organizacji przede wszystkim przez ułatwienia współdziałania. Dzięki niemu zwiększa się liczba transakcji, obniżają się koszty monitorowania, poprawia też przepływ informacji.¹⁵ W tym kontekście wskazać należy, że kapitał społeczny wpływa na oddziaływanie kontraktów finansowych poprzez dostępność informacji dla każdego członka

⁹ G. Torsvik, *Social Capital and Economic Development: A Plea for the Mechanism*, “Rationality and Society” 2000, no. 12, s. 451-476; B. Routledge, J. von Amsberg, *Social Capital and Growth*, “Journal of Monetary Economics” 2000, vol. 50/1, s. 167-193.

¹⁰ J. Wołoszyn, *Rola kapitału społecznego i kulturowego w przedsiębiorstwie*, Zeszyty Naukowe VII/1, Stowarzyszenie ekonomistów rolnictwa i agrobiznesu, s. 294.

¹¹ A. Matysiak, *Źródła kapitału społecznego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Wrocław 1999, s. 117.

¹² D. Helpert, *Social Capital: the new golden goose*, Cambridge University 1999.

¹³ Ibidem.

¹⁴ E. Cierniak – Szóstak, *Kapitał społeczny w opisach transformacji gospodarczej*, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie 2006, s. 27.

¹⁵ S. Knowles, *Is Social Capital Part of the Institutions Continuum and is it a Deep Determinant of Development.*, CREDIT Research Paper 2006.05.11, Centre for Research in Economic Development and International Trade, University of Nottingham.

społeczności. Jego wysoki poziom jest związany z redukcją asymetrii informacyjnej zachodzącej pomiędzy stronami umów.¹⁶

Podmioty charakteryzujące się dużym kapitałem społecznym (zaufaniem) odwołują się do:

- Istnienia norm społeczno – gospodarczych determinujących pożądaną prawa i wytyczających zakres nieformalnej kontroli w miejsce formalnych sankcji.
- Poczucia bezpieczeństwa wynikającego z zaufania w zachowanie się innych podmiotów zgodnie z uznanymi akceptowanymi oczekiwaniami i normami.

W relacjach handlowych wysokie zaufanie ułatwia zarządzanie nieprzewidywalnymi wariantami, zakłada wiarę w organizacyjną hierarchię i tworzy wartościowe zasoby czasu, które mogą być zasobami produkcyjnymi pozwalającymi na łatwiejsze osiągnięcie biznesowych celów.

Na poziomie makro kapitał społeczny staje się kolejną kategorią kapitału, obok fizycznego, ludzkiego i kapitału wiedzy. Jego wkład we wzrost, inwestycjach i sprawiedliwym podziale może być rozpatrywany na dwa sposoby:¹⁷

- Poprzez modele tłumaczące wzrost produktu krajowego brutto jako funkcję wzrostu pracy, kapitału i technologii. Po obliczeniu kapitału fizycznego i naturalnego pozostały przypada na społeczny i ludzki. Jego zaletą jest identyfikacja wkładu społecznego. Przykładem takiego podejścia były próby oszacowania wschodnioazjatyckiego „cudu gospodarczego” lat 90. ub. w. które prowadziły do wniosku, że dzięki obliczeniowym modelom można jedynie wytłumaczyć 17 - 36 proc. różnic we wzroście pomiędzy Azją a innymi krajami świata.
- Poprzez bezpośrednie oszacowanie wpływu niektórych komponentów kapitału społecznego na wzrost, inwestycje i sprawiedliwość. Zwykle przedmiotem analizy są polityczne aspekty życia społecznego. Wskaźnik zawierają miary politycznej niestalości (zmiany rządu, zamachy), niekiedy także miary politycznej niestalości (ryzyko wywłaszczenia, korupcji, wymuszenia kontraktów, prawa własności, miary politycznej i ekonomicznej dyskryminacji i społecznej dezintegracji (zbrodnie, samobójstwa, zamieszki, rozwody itp.)

W skali krajowej i międzynarodowej kapitał społeczny stanowi wiarygodne wytłumaczenie różnic wzrostu rozwoju gospodarczego regionów o podobnym potencjale i

¹⁶ J. Kubik, H.G. Hong, J. Stein, *Social Interaction and Stock Market Participation*, Stanford Business School Working Paper. <http://ssrn.com/abstract=274077> or DOI: 10.2139/ssrn.274077

¹⁷ Ibidem, s. 12 – 13.

innych formach kapitału.¹⁸ Jest też wykorzystywany do wytłumaczenia opóźnienia gospodarczego krajów post – komunistycznych podczas transformacji systemowej przełomu lat 80. i 90. ub.w.¹⁹

Dla P. Francis i J. Zabożnika pojęciem tożsamym z kapitałem społecznym i pokrewnym dla zaufania jest odwołująca się tradycji kupieckich i gospodarczych solidność. To społeczna bądź kulturowa norma odgrywająca istotną rolę w relacjach w przedsiębiorstwie i wokół niego. Osoby i firmy solidne (godne zaufania) dotrzymują obietnic, nawet wówczas gdy są one kosztowne w sensie podejmowania wysiłków bez możliwości maksymalizowania spłaty. Jeśli dominują w społeczeństwie i na rynku możemy mówić o wysokim udziale kapitału społecznego.²⁰

Solidność taka jest niezmiernie wartościowa albowiem wszystkie relacje nie mogą zostać opisane przez umowy kontraktowe. Pewność, że pozakontraktowe warianty nie będą wykorzystane z uszczerbkiem dla jednej ze stron może skłaniać do podjęcia biznesowych relacji nawet wówczas, gdy obietnice nie mogą zostać zagwarantowane. Społeczeństwo z wieloma „solidnymi” członkami, tworzy środowisko biznesowe o większym zaufaniu między członkami rynku bogate w społeczny kapitał.²¹

Ewolucja zaufania i solidności oddziałuje na decyzje przedsiębiorstw. Kapitał społeczny jest szczególnie istotny dla firm, których produkcja jest na wrażliwa na skopiowanie i podlega szybkiemu zjawisku komodyzacji. Kapitał zaufania jest podtrzymywany wówczas, gdy firmy wybierają działalność wymagającą zaufania; dla tego rodzaju gospodarowania brak solidności oznacza, że wymagająca zaufania praca wymaga szczególnego nagradzania. Brak zaufania wiąże się zatem z dodatkowymi kosztami.

Taka relacja pomiędzy między kapitałem społecznym a działalnością firm jest kluczem do procesu rozwoju. Jest on szybszy, gdy relacje między firmami są wzajemnie korzystne. Innymi słowy współczesna tzw. szybka ścieżka rozwoju jest osiągnięta przez uzupełnianie się np. nowoczesnej produkcji i wysokiego kapitału społecznego.

¹⁸ L. Guiso, P. Sapienza, L. Zingales, *The Role of Social Capital in Financial Development*, “The American Economic Review” 2004, vol. 94, no. 3, s. 526-556.

¹⁹ G. Evans, N. Letki, Endogenizing *Social Trust: Democratization in East-Central Europe*, “British Journal of Political Science” 2005, vol. 35, no. 3, s. 515-529; M. Paldam, G.T. Svendsen, *Missing Social Capital And The Transition From Socialism*, “Journal for Institutional Innovation, Development and Transition” 2002, no. 5, s. 21-34; C. Marsh, *Making Russian Democracy Work: Social Capital, Economic Development and Democratization*, Edwin Mellen Press, Lewiston 2000; M. Raiser, C. Haerpfer, T. Nowotny, C. Wallace, C. *Social Capital in Transition: A First Look at the Evidence*, European Bank for Reconstruction and Development, EBRD Working Paper n. 62, London 2001.

²⁰ P. Francois, J. Zabożnik, *Trust, Social Capital and Economic Development*, “Journal of the European Economic Association”, 2005, vol.3, no.1, s. 51-94.

²¹ E.L. Glaeser, D.I. Laibson, J.A. Schienkman, Ch.KL. Soutter, *Measuring Trust*, “Quarterly Journal of Economics” 2000, vol.115, no. 3, s 810-846.

Transfer zaufania

Uznając, że kryzys finansowy przenoszący się z czasem na sferę realną gospodarki ma w istocie związek z kryzysem zaufania, zasadne jest pytanie, czy zaufanie (np. do instytucji finansowych) może być przedmiotem transakcji? Odpowiedź może być twierdząca, choć oznacza np. dla banków komercyjnych potrzebę kapitałowego zewnętrznego wsparcia.²² Ta z kolei kwestia może być kłopotliwa z perspektywy kraju goszczącego inwestorów zagranicznych, bowiem dokapitalizowanie instytucji finansowych cierpiących na spadek zaufania – mogą to być instytucje zależne od ponadnarodowych holdingów, wymagałyby pomocy publicznej. Kłopotliwa tym bardziej, że wiąże się z trudnym do zaakceptowania konsekwencjami. Jak bowiem wskazuje L. Pawłowicz, odnosząc się do kryzysu zaufania na finansowych rynkach, może to być rozwiązanie kosztowne i krótkoterminowe, a jednocześnie konieczne, albowiem niektóre instytucje finansowe „okazały się zbyt duże aby upaść, ale też zbyt duże, by je ratować bez konsekwencji społecznych, grożących długotrwałą zapaścią współczesnej liberalnej gospodarki rynkowej”.²³

Na przykładzie funkcjonowania największych i najbardziej wpływowych z punktu widzenia stabilności systemu ekonomicznego i politycznego organizmów gospodarczych można przyjąć, że ratunek z jakim śpieszą rządy i parlamenty jest w istocie transferem zaufania, z cieszącego się nim Skarbu Państwa na komercyjne instytucje. Wsparcie to jest ograniczone nielicznymi warunkami, może być bowiem traktowane jako wsparcie nie dla pojedynczych instytucji, ale całego systemu gospodarczego.

Kwestia ta wydaje się szczególnie ważka, gdy kryzys zaufania jest głęboki. Przykładem takiego stanu były warunki funkcjonowania na polskim rynku finansowym na którym na początku 2009 r. 39% respondentów deklarowało małe zaufanie lub brak zaufania do banków działających w Polsce jako instytucji, którym powierzyło swoje pieniądze, a jeszcze gorsze nastawienie dotyczyło funduszy inwestycyjnych (głównie przez banki oferowanych) wobec których aż 59% respondentów deklarowało brak zaufania, a 26% małe zaufanie, natomiast żaden nie zadeklarował bardzo dużego i dużego zaufania.²⁴

Zaufanie a media

²² L. Pawłowicz, *Kryzys zaufania na rynkach finansowych z perspektywy kraju goszczącego*, Dostępne na portalu: Polska wobec integracji rynku finansowego w UE. Dnia 8.IV. 2009, http://www.rf.edu.pl/uploads/media/L_Paw%C5%82owicz-02_03_2009PL.pdf

²³ Ibidem.

²⁴ Raport z badania pt. “Polacy o kryzysie finansowym”, Instytut Badania Opinii “Homo homini”, Warszawa 2009.I.14, s. 2.

Rozpatrując kwestię wpływu mediów na kapitał społeczny (zaufanie) wskazać należy przede wszystkim na relatywnie ubogą literaturę na ten temat oraz na bogatą tradycję badań wpływu mediów na społeczną zmianę.

Debata związana z wpływem mediów na społeczny kapitał ogniskuje się wokół kilku kluczowych kwestii:

- Domniemanej erozji kapitału społecznego przez media, zwłaszcza telewizję. (m.in. prace R. Putnama)²⁵.
- Kulturowego, negatywnego wpływu mediów na kapitał społeczny.²⁶
- Wpływu zawartości mediów na kapitał społeczny.

Rozważania dotyczące wpływu nowych mediów, zwłaszcza Internetu (choćby jako narzędzia wykorzystywanego przez poszkodowanych klientów instytucji finansowych do organizacji i rozpowszechniania wspólnych akcji protestacyjnych) na kapitał społeczny pozwoliły z kolei zarysować następujące spektrum analiz:

- Hipotezę efektywności - Internet wszystko czyni bardziej sprawnym i wydajnym, dzięki możliwości wykorzystania technologii zaangażowanej w ludzkie interakcje.
- Hipotezę wyparcia (zastąpienia) – wynika z przekonania, że zajęcie się jedną aktywnością uniemożliwia zajmowanie się inną.
- Hipoteza komunitariańska – uwaga jest skupiona na unikatowych możliwościach nowych mediów w eliminowaniu fizycznego dystansu i ustanawianiu relacji pomiędzy ludźmi, które pozwalają ustanawiać „wirtualne społeczności”. W efekcie dotychczasowe tradycyjne realne interakcje są zastępowane przez czas spędzane w Internecie.

Odwołując się natomiast do klasycznego zestawienia H. Lasswella, wkładem mediów masowych w rozwój jest wypełnianie przez nie kilku podstawowych funkcji, z których szczególnie istotne w omawianym kontekście są dwie²⁷:

1. Obserwacja otoczenia – media dostrzegają i relacjonują istotne zmiany środowiska.

²⁵ R. Putnam, *The strange disappearance of civic America*, „*The American Prospect*” 1996, vol.4, s. 110.

²⁶ N. Nie D.S. Hillygus L. Erbring, *Internet Use, Interpersonal Relations and Sociability: Findings from a Detailed Time Diary Study*, [w:] B. Wellman, C.A. Haythornthwaite (red.), *The Internet in everyday Life*, Blackwell Publishing 2002, s. 474.

²⁷ M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Oficyna Wydawnicza ASPRA – JR, Warszawa 2001, s. 113-114.

2. Korelacja reakcji na otoczenie – media dostarczają wzorców działania jednostkom, zbiorowościom lub instytucjom mające na celu zwalczanie zagrożeń lub dyskutowanie szans.

Nawiązując z kolei do dysfunkcji mediów wskazać należy na „nadawanie statusu”. Poprzez skupianie społecznej uwagi i nadawanie ważności kwestiom gospodarczym media utwierdzają tyleż nieracjonalne co popularne przeświadczenie, że „jeśli media kimś (czymś) się interesują, musi coś znaczyć, a jeśli ktoś (coś) jest ważny, to musi się pojawić mediach”. Media zaświadczać tym samym, legitymizują status osoby, grupy, organizacji, instytucji itp.²⁸

Uznając, że masowe media są najważniejszym źródłem obrazów i definicji społecznej rzeczywistości²⁹ nawiązać też wypada do teorii porządku dziennego zakładającej, że w kształtowaniu hierarchii spraw media pełnią podwójną rolę: dostarczając informacji o najważniejszych kwestiach dokonują selekcji ważności poruszanych spraw i ustalają własny ich porządek. Jednocześnie powinny one brać pod uwagę głos opinii publicznej, która wyrabia sobie własny porządek spraw (także na podstawie relacji medialnych).³⁰ Efekt „porządku dziennego” okazuje się tym mocniejszy, im intensywniejsze jest korzystanie z wiadomości i im większa jest potrzeba informacji ze strony odbiorców – z taką zaś mamy do czynienia w sytuacjach zdefiniowania przez media kryzysu, gdy rośnie potrzeba uzyskania informacji, i wypełnienia przez media roli tłumacza rzeczywistości.

W powyższym kontekście kluczowym problemem jest związana ze specyficzną formą medialnej selekcji informacji i dążeniem do dotarcia do możliwie dużego audytorium predylekcja mediów do przejawiania tematów, nadawania im sensacyjnej oprawy. To traktowanie tzw. kluczowych wydarzeń (np. kryzysu) w nieproporcjonalnym wymiarze do faktycznego stanu i wagi zdarzeń. Rozpowszechnianie (funkcja rozgłosu) faktów bądź sugestii dotyczących braku (zaniku) zaufania przyczynia się w tej sytuacji do eskalacji erozji strategicznego zasobu podmiotu gospodarczego jakim jest zaufanie i to bez względu na stan pozostałych kapitałów gospodarczego podmiotu.

Ponieważ powyższe relacje pomiędzy mediami a środowiskiem gospodarczym odnoszą się także do sfery politycznej, media recenzując i kształtując polityczną scenę wywierając wpływ (przyspieszając zazwyczaj) decyzję zapobiegające społecznym skutkom erozji

²⁸ Ibidem, s. 115.

²⁹ D. McQuail, *Mass Communication Theory. An Introduction*, Sage, London 1994, s. 1.

³⁰ T.h. Qualter., *The role of the mass media in limiting the public agenda*, [w:] M. Margolis, G.A. Mauser (red.), *Manipulating public opinion: Essays on public opinion as a dependent variable*, Brooks / Cole, Pacific Grove 1989, s. 139 – 152.

zaufania do podmiotów gospodarczych, np. poprzez zaangażowanie instytucji państwa w ratowanie podmiotów gospodarczych. Ta ich rola odnosi się bezpośrednio do wysokiego poziomu zaufania jaki odbiorcy darzą same media. Zaufanie to ma znaczny, choć zazwyczaj krótkotrwały, wpływ na akceptację perswadowanych treści.³¹

Media and the trust transfer in times of economical crisis

Summary

In the time of crisis, trust becomes at least as important element, deciding about client – company relation, as financial and human capital. Its erosion or the danger of its erosion, especially in case of institutions carrying public trust (e.g. banks), is an occasion to introduce a question about the possibility of performing a certain “trust transfer”. In other words, it is an occasion to consider if trust can be bought and how the interdisciplinary conditions of such a transfer are determined by the media?

³¹ C. Hovland, W. Weiss, *The Influence on Source Credibility on Communication Effectiveness*, “Public Opinion Quarterly” 1951, no. 15, s. 635–650.