

Warszawa, 31 grudnia 2025 r.

Eksperci ekonomiczni i sztuczna inteligencja mają podobny wpływ na poglądy Polaków w kwestiach gospodarczych

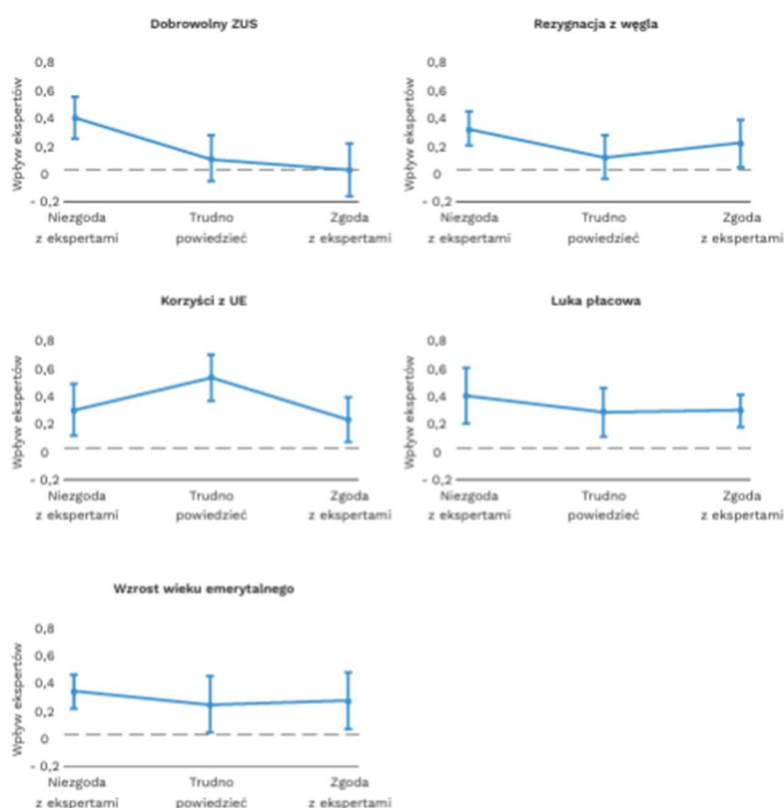
Polski Instytut Ekonomiczny postanowił sprawdzić, czy eksperci ekonomiczni obecni w debacie publicznej mają istotny wpływ na przekonania Polaków w ważnych kwestiach gospodarczych. Badanie eksperymentalne pokazało, że istnieją znaczące różnice między opiniami obywateli a ekspertów na tematy takie jak: dobrowolność składki ZUS dla przedsiębiorców, ocena korzyści członkostwa Polski w UE, przyczyny różnic w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn, konieczność rezygnacji z wydobywania węgla i regulacja wieku emerytalnego. Uświadomienie respondentom opinii większości ekonomistów na temat prezentowanych tez powoduje zmianę poglądów respondentów w każdej z pięciu kwestii gospodarczych, przy czym najbardziej w zakresie tezy o korzyściach Polski z członkostwa w Unii Europejskiej. Te same eksperckie argumenty prezentowane jako stanowisko Chata GPT podobnie wpływały na opinie badanych. W żadnej kwestii ekonomiści nie mają istotnie większej siły oddziaływania na przekonania obywateli niż sztuczna inteligencja. Czynniki mającymi wpływ na zgodność przekonań z opiniami ekspertów są wykształcenie, znajomość debaty ekonomicznej, a także częstotliwość i rodzaj konsumowanych mediów. To główne wnioski z raportu PIE „Wpływ ekonomistów i sztucznej inteligencji na przekonania obywateli”.

Przekonania Polaków różnią się znacząco od opinii ekonomistów, ale są podatne na wpływ argumentów eksperckich

W badaniu przeprowadzonym przez PIE respondenci wyrazili opinię na temat pięciu wrażliwych społecznie problemów gospodarczych: dobrowolności składki ZUS dla przedsiębiorców, korzyści z członkostwa Polski w UE, przyczyny luki płacowej między kobietami a mężczyznami, potrzeby odejścia od wydobywania węgla oraz dostosowania wieku emerytalnego do zmieniającej się długości życia. Wyniki ujawniły wyraźne rozbieżności między poglądami ekonomistów a opiniami respondentów we wszystkich badanych kwestiach. W trzech z pięciu tematów (dobrowolny ZUS, rezygnacja z węgla i reforma wieku emerytalnego) ankietowani najczęściej opowiadali się za stanowiskami przeciwnymi większości ekspertów. Z wyjątkiem kwestii regulacji wieku emerytalnego, w żadnej sprawie nie osiągnięto większości – poparcie lub sprzeciw wobec twierdzeń nie przekroczyło 50 proc. Zaś wśród ekspertów w każdej z tych spraw panowała duża zgodność.

Zapoznanie badanych ze stanowiskiem ekspertów istotnie zmieniało ich poglądy w każdej z pięciu badanych kwestii. Respondenci, którzy pierwotnie mieli opinie inne niż eksperci, istotnie często zmieniali zdanie pod wpływem stanowiska ekspertów. Z kolei ankietowani, którzy jeszcze przed zaprezentowaniem im opinii ekonomistów wyrażali przekonania podobne do ekspertów, utwierdzali się w swoich przekonaniach.

Wykres 8. Wielkość zmiany opinii w podziale na pierwotnie wyrażane przekonania w badanych kwestiach



Uwaga: na wykresie pokazujemy zmianę opinii w podziale na pierwotnie wyrażane przekonania w badanych kwestiach u osób w grupie testowej (z informacją o opiniach ekonomistów) w porównaniu z grupą kontrolną. Wyniki prezentujemy w odchyleniach standardowych rozkładu opinii przed ekspozycją.

Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie wyników przeprowadzonego badania.

Stanowisko i argumenty ChataGPT również doprowadziły do istotnej zmiany przekonań badanych w odniesieniu do wszystkich pięciu problemów. W tym wypadku największa średnia zmiana przekonań respondentów wystąpiła także w sprawie korzyści ekonomicznych z członkostwa w Unii Europejskiej, a najmniejszy wpływ ekspozycji na stanowisko wyrażane przez Chata GPT odnotowaliśmy w przypadku pytania o dobrowolną składkę ZUS dla przedsiębiorców.

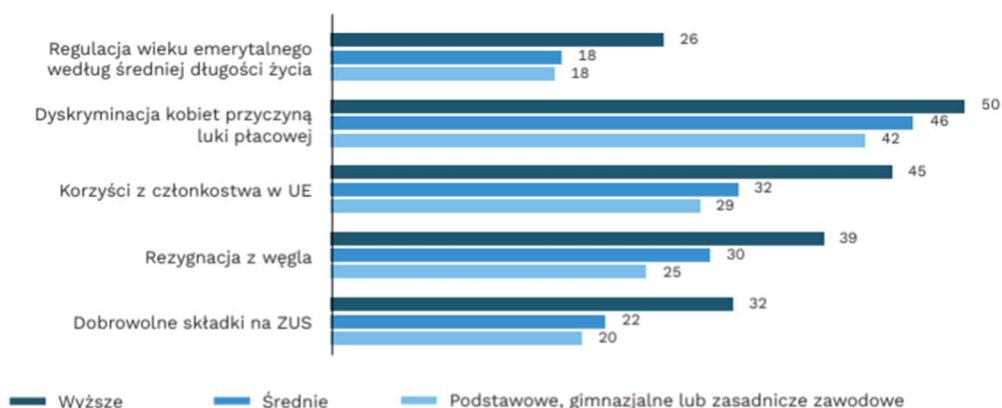
Badanie wykazało, że w żadnej kwestii ekonomiści nie mają istotnie większej siły oddziaływania na przekonania obywateli niż sztuczna inteligencja. Prezentacja opinii ekonomistów zwiększa pewność własnego zdania u respondentów, których pierwotne poglądy były zgodne ze stanowiskiem ekspertów.

„Dane potwierdzają, że istnieje, zidentyfikowana w innych badaniach, znacząca rozbieżność przekonań ekonomistów i społeczeństwa. Eksperyment PIE pokazał jednak, że pomimo demokratyzacji wiedzy, wzmożonej kontestacji opinii eksperckich i zaniku źródeł informacji cieszących się powszechnym zaufaniem ponad podziałami, głos ekspertów ekonomicznych w Polsce wciąż ma posłuch. Niemniej porównywalna z ekspertami siła przekonywania sztucznej inteligencji sugeruje, że w dobie postępu technologicznego przestaje być istotne czy źródłem eksperckiego przekazu jest wypowiedź człowieka czy też narzędzie AI” – komentuje dr Agnieszka Wincewicz-Price, kierownik zespołu ekonomii behawioralnej w PIE.

Czynniki wpływające na zgodność przekonań z wiedzą ekspercką

Głównym czynnikiem mającym wpływ na zgodność przekonań z wiedzą ekspercką jest wykształcenie. Im wyższy jego poziom, tym większa skłonność do wyrażania opinii zgodnych ze stanowiskiem większości ekonomistów, aczkolwiek nawet wśród respondentów z wyższym wykształceniem minimalnie większy jest odsetek osób raczej niezgodnych z ekonomistami niż tych zgodnych. W odniesieniu do analizowanych problemów największe różnice ujawniły się w związku z pytaniem o korzyści z członkostwa Polski w UE: opinię zgodną z konsensusem eksperckim wyraża o 15 pkt proc. mniej respondentów z wykształceniem poniżej średniego niż osób z wyższym wykształceniem. Podobnie jest w kwestii konieczności rezygnacji z węgla w polskiej energetyce w perspektywie 10-20 lat.

Wykres 20. Odsetek respondentów wyrażających opinie zgodne z większością ekonomistów w pierwszym pomiarze w trzech kategoriach wykształcenia (w proc.)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie wyników przeprowadzonego badania.

Poziom zgodności opinii respondentów z opiniami ekspertów jest też powiązany z rodzajem konsumowanych mediów i częstotliwością korzystania z nich. Najczęściej z ekspertami zgadzają się osoby, które korzystają miesięcznie z przynajmniej 6 z 10 analizowanych źródeł informacji: telewizji, radia, prasy popularnej internetowej lub papierowej (czasopisma niespecjalistyczne, gazety, tygodniki itd.), książek, czasopism i publikacji specjalistycznych, naukowych lub popularnonaukowych, Facebooka, Twittera, Instagrama, TikToka, YouTube'a.

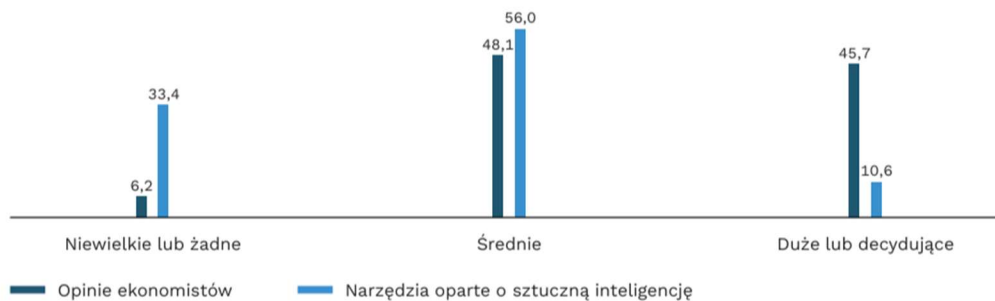
„W przypadku wielu ważnych zagadnień dotarcie do opinii publicznej z przekazem treści o charakterze eksperckim nie jest łatwe i oczywiste, zwłaszcza w odniesieniu do zagadnień najbardziej polaryzujących społeczeństwo na poziomie politycznym i ideologicznym. Ważną rolę w tym zakresie odgrywają media, które często wykorzystują sytuacje polaryzacji poglądów. Przeciwdziałanie temu zjawisku poprzez przemyślane i celowane kampanie informacyjne, ale także w ramach działań edukacyjnych na każdym szczeblu kształcenia leży w interesie całego społeczeństwa i powinno znaleźć się na agendzie wszystkich resortów odpowiedzialnych za kształtowanie polityki gospodarczej” – wskazuje Łukasz Baszczak, starszy analityk z zespołu ekonomii behawioralnej w PIE.

Choć wpływ na opinie mają podobny, to ekspertów uważa się za lepszych doradców niż AI

Ponad połowa respondentów (52 proc.) zgadza się z tezą, że ekonomiści dysponują rzetelną wiedzą w kwestiach gospodarczych, przy zaledwie 9 proc. ankietowanych przeciwnych takiemu twierdzeniu. W odniesieniu do AI znacznie więcej osób ocenia rzetelność sztucznej inteligencji negatywnie – 20 proc. respondentów.

Znaczną przewagę zaufania do ekspertów nad AI uwidoczniła odpowiedź na pytanie, czy rząd powinien w polityce gospodarczej kierować się opiniami ekonomistów oraz narzędziami opartymi na sztucznej inteligencji. Tylko 6 proc. respondentów uznało, że rząd nie powinien opierać się na ekonomistach, podczas gdy ponad 33 proc. wyraziło takie zdanie w odniesieniu do AI.

Wykres 25. Rozkład odpowiedzi na pytania o to, jakie znaczenie powinny mieć opinie ekonomistów lub używanie narzędzi wykorzystujących sztuczną inteligencję w decyzjach rządu dotyczących polityki gospodarczej (w proc.)



Źródło: opracowanie własne PIE.

Polski Instytut Ekonomiczny to publiczny think-tank ekonomiczny z historią sięgającą 1928 roku. Instytut przygotowuje raporty, analizy i rekomendacje dotyczące kluczowych obszarów gospodarki oraz życia społecznego w Polsce, z uwzględnieniem sytuacji międzynarodowej. Jego obszary badawcze to przede wszystkim makroekonomia, energia, gospodarka światowa, gospodarka cyfrowa, ekonomia behawioralna oraz procesy społeczne.

Kontakt dla mediów:

Ewa Balicka-Sawiak

Rzecznik Prasowy

T: +48 727 427 918

E: ewa.balicka@pie.net.pl