

# Zaufanie - katalizator kapitalizmu

Franciszek Krzysztof Włodarczyk

## Spis treści

|   |   |
|---|---|
| Trust Collapse Theory - upadek zaufania w czasach hurtowej produkcji informacji ..... | 2 |
| Od "Market for Lemons" do "Market for Fakes" i Trust Erosion Effect (TEE) .....       | 2 |
| Adversary Selection - asymetria projektowana, nie "naturalna" .....                   | 3 |
| Ekonomiczny koszt erozji zaufania - niewidzialny, ale realny.....                     | 5 |
| Co możemy zrobić? – Przeciwdziałanie TEE .....  | 6 |
| Podsumowanie .....  | 8 |

## Trust Collapse Theory - upadek zaufania w czasach hurtowej produkcji informacji

Wyobraź sobie, że widzisz taki nagłówek news'a „prezes ogłasza bankructwo firmy”, „minister przyznaje się do afery” lub „ekspert w podcaście przekonuje, jutro będzie krach na rynku”. Jeszcze 50 lat temu ludzie traktowali takie wiadomości za pewne, tylko niektórzy myśleli o możliwości manipulacji. Dziś w czasach masy fakenews'ów i deepfake'ów, coraz częściej zastanawiamy się czy da się daną informację sprawdzić lub potwierdzić i czy to nie dezinformacja?

Ta publikacja to swego rodzaju próba przeniesienia myśli George'a Akerlofa z „Market for Lemons” do realiów XXI wieku. U Akerlofa problemem była jakość produktu ukryta przed kupującym. Dziś problemem jest wiarygodność informacji czy nawet instytucji, a asymetria informacji nie dotyczy już tylko pojedynczych transakcji rynkowych, lecz całych społeczeństw, co według mnie może mieć fatalne skutki na tempo rozwoju gospodarczego i społecznego państwa.

**Mniej zaufania = Mniej inwestycji/Większe koszty = Wolniejszy rozwój**

## Od „Market for Lemons” do „Market for Fakes” i Trust Erosion Effect (TEE)

Akerlof opisał mechanizm prosty i prawdziwy, jeśli kupujący nie potrafi odróżnić „dobrego auta” od „cytryny”, przestaje płacić za jakość. W efekcie z rynku znikają dobre produkty, bo nie opłaca się ich sprzedawać, zostają „cytryny”. W epoce fakenews'ów i deepfake'ów podobny mechanizm działa na poziomie informacji. Jeśli odbiorca nie potrafi odróżnić rzetelnej treści od zmanipulowanej, zaczyna traktować wszystko jako podejrzane. To zjawisko jest zgodne z teorią Truth-Default Theory (TDT) Timothy'ego R. Levine'a, która zakłada, że w codziennej komunikacji mamy skłonność do domyślnego uznawania informacji za prawdziwe. Kiedy jednak to środowisko informacyjne staje się coraz mniej wiarygodne, zaczynają pojawiać się wyzwalacze podejrzeń, które zmieniają naszą postawę z zaufania na nieufność.

To prowadzi do zjawiska, które nazywam **Trust Erosion Effect (TEE)**, czyli systemowej erozji zaufania do informacji, instytucji i ludzi, kiedy skala manipulacji jest tak duża, że poznanie prawdy staje się dla większości zbyt trudne, czasochłonne lub psychologicznie obciążające. W tym sensie TEE można rozumieć jako makroskalowy skutek masowej rezygnacji z „truth-default” opisanego w TDT Lavine'a. Co skutkuje spadkiem aktywności konsumenckiej i/lub społecznej. Między innymi oznacza to, że

konsumentów, nie ufając rynkowym informacjom, podejmują mniej decyzji zakupowych, a potencjalni inwestorzy unikają ryzyka związanego z niepewnymi informacjami. W praktyce może to prowadzić do na przykład spadku sprzedaży produktów, zmniejszenia inwestycji w innowacje.

Przykładem mogą być podróbki z Turcji czy Chin, które dla zwykłego człowieka są prawie nie do rozróżnienia od oryginału, co prowadzi do decyzji pokroju „Nie kupię butów Nike gdzie indziej niż w sklepie Nike”. Z drugiej strony, może to być konstruktor, który rezygnuje z publikowania nowego wynalazku, ponieważ uważa, że i tak nikt mu nie uwierzy.

Podobny mechanizm opisuje raport RAND „Truth Decay: An Initial Exploration of the Diminishing Role of Facts and Analysis in American Public Life” (2018) gdy fakty tracą wagę, a spory coraz częściej toczą się „na opiniach”, kurczy się wspólne pole odniesienia i spada zaufanie do dawniej uznanych źródeł. TEE patrzy na to samo zjawisko od strony ekonomii, brak zaufania który podnosi koszt każdej decyzji od „czy kliknąć kup” po „czy zainwestować i zaryzykować” lub wręcz prowadzi do wycofania się konsumenta z rynku z powodu braku możliwości weryfikacji informacji, bądź doświadczeniami z przeszłości. Fukuyama w książce „Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity” (1995) pisze że tam, gdzie brakuje zaufania, życie gospodarcze trzeba „dopinać” kontraktami, kontrolą i procedurami, czyli rosną koszty transakcyjne. Putnam w eseju „Bowling Alone: America’s Declining Social Capital” pokazuje z kolei, że spadek zaufania i więzi społecznych osłabia skłonność do współdziałania a bez współdziałania trudniej o inwestycje, innowacje i koordynację w dużej skali. W swoim tekście „Zaufanie. Fundament społeczeństwa” prof. Piotr Sztompka trafia w sedno psychologicznego mechanizmu, zaufanie to „optimistyczny zakład” składany mimo niepewności, gdy ten zakład przestaje się opłacać, ludzie przechodzą na tryb nieufności, a nieufność ma swoją cenę w postaci nadzoru, zabezpieczeń i utraconych okazji.

**„Trust Erosion Effect (TEE)** czyli niewidzialny podatek, który płacimy wszyscy. W czasie, pieniądzu i utraconych szansach.”

### Adversary Selection - asymetria projektowana, nie “naturalna”

Głównym powodem TEE jest zjawisko, które na potrzebę tej publikacji nazwę „**Adversary Selection**” - intencjonalne tworzenie i wykorzystywanie asymetrii informacji w celu osiągnięcia własnych korzyści. Kluczowa różnica względem klasycznej „Adverse Selection” jest taka, że dzisiejsza asymetria informacji bywa intencjonalnie wytwarzana. Nie chodzi wyłącznie o to, że ktoś „ma więcej informacji”. Chodzi o to, że całe środowisko informacyjne może być tak zorganizowane, by produkować pozory wiarygodności: „niezależne źródła”, „eksperci”, „oddolne opinie”, które w praktyce wzmacniają jedną narrację. Takie manipulacje i strukturalne asymetrie w informacji przyczyniają się bezpośrednio do erozji zaufania, co jest centralnym

punktem Trust Erosion Framework (2025), autorstwa LaShonda Eaddy, Santosh Vijaykumara. TEF podkreśla, że tego rodzaju celowe wykorzystywanie informacji do wprowadzania w błąd prowadzi do wzrostu nieufności i osłabienia społecznego zaufania, ponieważ odbiorcy zaczynają kwestionować prawdziwość nawet sprawdzonych źródeł. W tym kontekście TEF to ramy, które wyjaśniają, jak manipulacje informacyjne prowadzą do erozji zaufania, podczas gdy TEE to efekt tej erozji czyli spadek zaufania, który wpływa na aktywność społeczną i gospodarczą. Podobny mechanizm do „Adversary Selection” opisywał Vladimir Lefebvre w swoim “Reflexive Control”, który później George Soros przełożył na realia rynku w „General Theory of Reflexivity”, aczkolwiek Lefebvre nie skupia się na asymetrii informacji, a na zmianie wyboru przeciwnika.

To nie musi mieć formy spektakularnej operacji. Czasem wystarczy farma kont, sieć stron podszywających się pod media albo deepfake’owy „dowód”, który zdąży obejść sieć szybciej niż sprostowanie. A czasami są to nierzetelne lub sfabrykowane badania na których podstawie tworzone są produkty lub normy.

*Sprawa Elizabeth Holmes, która wprowadziła w błąd inwestorów przedstawiając fałszywą technologię pod szyldem firmy Theranos za co odbywa wyrok więzienia. Tego typu manipulacje prowadzą do wyżej opisanego TEE, jeden z dziennikarzy nawet użył określenia Syndrom Elizabeth Holmes/Theranos Effect(Przypis 1) wobec spadku zaufania do kobiet oraz innowacji w branży Bio-Tech. Inwestorzy, którzy zainwestowali w jej pomysł około 700mln USD raczej do końca życia będą zrażeni do inwestycji w nowe biotechnologie lub będą poświęcać dodatkowe pieniądze na weryfikacje.*

*Jako kolejny przykład manipulacji typu Adversary Selection wybrałem aferę „Dieselgate”, związana z Volkswagenem. Polegała na tym, że firma zainstalowała w swoich samochodach oprogramowanie manipulujące wynikami testów emisji spalin, co pozwalało im spełniać normy w laboratoriach, ale w rzeczywistości emisje były znacznie wyższe. Skandal poruszył środowiskiem, a firmie groziły miliardowe kary. Oszustwa te spowodowały spadek zaufania do producentów samochodów, co mogło wpłynąć na ostrożniejsze podejście do inwestycji w tę branżę.*

Obie afery pokazały, jak manipulacje danymi technicznymi mogą utrudnić weryfikację prawdziwych wyników testów, wymagane są olbrzymie zasoby aby potwierdzić lub sprawdzić takie badania. Jeśli producenci mogą ukrywać takie oszustwa, jak mamy mieć pewność, że wyniki testów w innych przypadkach są rzeczywiste? Weryfikacja każdego producenta staje się czasochłonna i kosztowna, co prowadzi do ogólnego braku zaufania. W obliczu takich skandali inwestorzy i konsumenci zaczynają się zastanawiać, jak wiele innych manipulacji może mieć miejsce w branży, co skutkuje niechęcią do angażowania się w nią. Zaufanie staje się kluczowe, a brak przezroczystości i wiarygodności skutkuje zniechęceniem do dalszych inwestycji i zakupu produktów.

W raportach typu Edelman Trust Barometer widać spadki zaufania do źródeł informacji i narastający lęk przed celowym wprowadzaniem w błąd przez liderów. Trend jest czytelny: koszt zaufania rośnie, a jego podaż maleje.



Strach że liderzy rządowi nas okłamują wzrósł o 11 punktów procentowych względem 2021 roku, podobnie ma się spadek zaufania do dziennikarzy i reporterów również +11 a większym wzrostem wykazał się wykres dotyczący liderów biznesowych, który wzrósł aż 12 punktów procentowych względem 2021r. można wysnuć prosty wniosek, ludzie ufają liderom mniej niż 4 lata temu. To może być skutkiem wielkoskalowych manipulacji związanych z konfliktami na świecie oraz pandemii COVID-19, która wygenerowała sporo dezinformacyjnego szumu i spolaryzowała społeczeństwa.

Więcej danych znajduje się w raporcie „The Trust Barometer 2025r. [edelman.com](http://edelman.com)”

**Ekonomiczny koszt erozji zaufania - niewidzialny, ale realny  
Kiedy i dlaczego brak zaufania do informacji zaczyna kosztować realne pieniądze do tego stopnia, że ludzie i firmy wolą odpuścić zakup, inwestycję albo współpracę, w świecie deepfake'ów i fabrykowanych narracji?**

Im więcej trzeba wysiłku, czasu i narzędzi, żeby sprawdzić “czy to nie fejk”, tym częściej ludzie wybierają strategię najprostszą: „nie robię transakcji, nie inwestuję, nie wchodzę we współpracę nawet jeśli na papierze to się powinno opłacać”. Gdy człowiek zobaczy wystarczająco dużo manipulacji (deepfake, farmy kont, „eksperci z niczego”), zaczyna podejrzewać wszystkich podobnych. Rzetelne źródła dostają rykoszetem, bo odbiorca nie ma już siły rozróżnić i wtedy dobre informacje lądują w tym samym koszu co „cytryny”.

TEE nie jest tylko problemem mediów czy polityki. To problem ekonomiczny, bo zaufanie jest paliwem gospodarki.

1. Mniej transakcji, mniej ryzyka, mniej inwestycji, mniejsze zarobki. Gdy domyślną postawą staje się „nie wierzę”, spada skłonność do podejmowania decyzji przy niepewności. A gospodarka to nie jest konkurs na bezbłędność, to system, w którym trzeba umieć działać mimo ryzyka.
2. Wyższe koszty transakcyjne. Jeśli kupno złota przez ogłoszenie wymaga eskalującej listy zabezpieczeń (escrow, dodatkowe certyfikaty, wideoweryfikacja, walidacja źródeł), część ludzi po prostu rezygnuje. Rynek działa, ale poniżej potencjału.
3. Inflacja procedur. Organizacje dokładają kolejne warstwy kontroli reputacji, bezpieczeństwa, due diligence. To zwiększa koszty stałe. Duże firmy jeszcze to „udźwigną”, mniejsze dostają barierę wejścia.
4. Zanik wspólnego pola faktów. Gdy społeczeństwo nie ma bazowej zgody co do tego, co jest faktem, rośnie polaryzacja, a spada zdolność do koordynacji. Również w sprawach gospodarczych, od transformacji energetycznej po edukację.

### Co możemy zrobić? – Przeciwdziałanie TEE

Jeśli spojrzymy na TEE jakby było podatkiem, to możemy przynajmniej ograniczać jego wysokość następująco:

1. Rygorystyczne kary za kłamstwa i manipulacje.

Nakładanie wysokich kar, nie tylko finansowych na podmioty, które celowo publikują nieprawdziwe informacje.

2. „Dowód Pochodzenia” informacji

Materiały video/audio/komunikaty powinny mieć jasne źródło, spójne kanały publikacji i możliwość szybkiej weryfikacji.

3. Instrukcje rozpoznawania deepfake

Czyli jak działać w przypadku podejrzenia deepfake? Kto potwierdza autentyczność? W jakim czasie? W jakich kanałach? Jak wygląda „prawdziwy komunikat” w 60 sekund? Zadbanie o edukację medialną.

4. Dbanie o wzajemne zaufanie

Starania o zachowanie norm uczciwości i współpracy w społeczeństwie. Promowanie transparentości i rzetelności.

W odpowiedzi na rosnącą skalę dezinformacji oraz spadek zaufania do mediów, instytucji i jednostek, pojawiły się takie inicjatywy jak Trust Erosion Framework (TEF). TEF został stworzony, by zarządzać i minimalizować konsekwencjami erozji zaufania w społeczeństwie, szczególnie w obliczu masowej manipulacji i rozprzestrzeniania fałszywych informacji. Zgodnie z tą ramą, kluczowym celem jest nie tylko identyfikowanie źródeł dezinformacji, ale także opracowanie strategii, które pozwolą na systematyczne odbudowanie zaufania społeczeństwa. TEF uwzględnia takie działania jak edukacja medialna, transparentność źródeł informacji oraz wprowadzenie mechanizmów weryfikacji treści, by ograniczyć wpływ manipulacji. W kontekście TEE, TEF staje się narzędziem, które pozwala na walkę z rosnącym problemem dezinformacji i fałszywych narracji, oferując konkretne rozwiązania i procedury do odbudowy zaufania publicznego, zarówno na poziomie indywidualnym, jak i instytucjonalnym.

Autorzy TEF LaShonda Eaddy oraz Santosh Vijaykumar wskazują, że czynniki prowadzące do tej erozji mogą być zarówno „umiarkowane”, jak fale dezinformacji, manipulacji, błędów komunikacyjnych. Jak i ekstremalne: kryzysy globalne. Jako ilustrację podają reakcję World Health Organization (WHO) w czasie pandemii COVID-19, pokazując jak kryzys zdrowotny w połączeniu z chaotyczną komunikacją i dezinformacją przyspieszył proces erozji zaufania społecznego.

Dzięki TEF możemy zatem spojrzeć na TEE nie jedynie jako na pasywny efekt pomyłek lub celowego chaosu informacyjnego, lecz jako na proces dynamiczny i możliwy do modelowania. Wymagający aktywnych, wielowymiarowych działań: transparentnej komunikacji, systemów weryfikacji, odpowiedzialności za treść i angażowania odbiorców.

Dobrym uzupełnieniem walki z Trust Erosion Effect byłby „**Światowa Organizacja Wiarygodności**”, **niezależna instytucja, która wykorzystuje najnowsze technologie i weryfikuje sporne treści i podszywanie się pod ekspertów**. Takie działania mogłyby przełożyć na prosty, publicznie dostępny **Indeks Wiarygodności**. Podmioty (firmy, instytucje, media, polityków) zaczynałyby z neutralnym wynikiem, zyskując punkty za potwierdzoną rzetelność i przejrzyste korekty, a tracąc je za udokumentowaną dezinformację lub wprowadzanie w błąd. Taki ranking nie zastępuje debaty ale obniża koszt weryfikacji dla odbiorcy, tworzy realną reputacyjną cenę za manipulację i premię za uczciwe standardy komunikacji.

## Podsumowanie

Akerlof pokazał, że przy dużej asymetrii informacji „cytryny” psują rynek. W XXI wieku „cytryną” bywa już nie produkt, lecz informacja sama w sobie. Jeśli nie zbudujemy tańszych sposobów weryfikacji i większych kosztów manipulacji, zaufanie stanie się dobrem luksusowym, a gospodarka będzie płacić za to wolniejszym tempem rozwoju. Nawiązując do TDT Lavine'a o domyślnym zaufaniu, warto zauważać, że wcześniej społeczeństwa opierały się na założeniu, iż większość informacji jest prawdziwa. Dziś ta postawa nie jest już tak pewna ludzie coraz mniej wierzą we wszystko, co do nich dociera. Jak wskazuje Lavine, wzrost zaufania społecznego i liczby interakcji zarówno społecznych, jak i gospodarczych możliwy jest tylko wtedy, gdy w społeczeństwie panuje “truth-default”, czyli domyślne założenie, że informacje są prawdziwe. Moja publikacja skupia się nie na mediach, a na kosztach gospodarczych świata, w którym zaufanie do informacji przestaje być domyślnym ustwieniem, za co wszyscy płacimy „niewidzialną cenę”. W przyszłości powinniśmy wspólnie walczyć ze zjawiskiem TEE, dbając o zachowanie „norm uczciwości” oraz na przykład tworząc organizacje do walki z dezinformacją lub systemy jak Trust Erosion Framework i wykorzystując najnowsze technologie do szybkiego wykrywania manipulacji w internecie. Informacja już dawno stała się towarem, w dzisiejszych czasach produkowanym na masową skalę. Wyzwaniem społeczeństw XXI w. nie będzie jej brak, tylko zmniejszenie kosztu dotarcia do niej i selekcji tej prawdziwej.

Serdeczne podziękowania dla dr Wioletty Michalskiej, bez Pani ta praca by nie powstała.

Autor:

Franciszek Krzysztof Włodarczyk - autor koncepcji Trust Erosion Effect, Specjalista ds. Cyberbezpieczeństwa, entuzjasta ekonomii oraz teorii informacji

Źródła:

"Przypis 1 "Syndrom Elizabeth Holmes/Theranos Effect"

<https://krytykapolityczna.pl/swiat/karolina-wasilewska-dolina-krzemowa-tehnologie-holmes/> <https://www.businessinsider.com/was-there-a-theranos-effect-in-biotech-2017-1?IR=T>

"Zaufanie. Fundament społeczeństwa", 2007, Piotr Sztompka

"Chiny blokują influencerów bez wykształcenia":

<https://greekreporter.com/2025/10/28/china-influencers-diplomas/>

"Market of Lemons", 1970, George Akerlof

<https://www.sfu.ca/~wainwrig/Econ400/akerlof.pdf>

"Animal Spirits", 2009 , Akerlof & Shiller [https://altexploit.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/06/shiller-robert-j\\_-akerlof-george-a-animal-spirits\\_-how-human-psychology-drives-the-economy-and-why-it-matters-for-global-capitalism-new-edition-princeton-university-press-201020.pdf](https://altexploit.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/06/shiller-robert-j_-akerlof-george-a-animal-spirits_-how-human-psychology-drives-the-economy-and-why-it-matters-for-global-capitalism-new-edition-princeton-university-press-201020.pdf)

"Trust barometer [edelman.com](http://edelman.com)"

[https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2025-01/2025\\_Edelman\\_Trust\\_Barometer\\_Final.pdf](https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2025-01/2025_Edelman_Trust_Barometer_Final.pdf)

"IMT" [https://en.wikipedia.org/wiki/Information\\_manipulation\\_theory](https://en.wikipedia.org/wiki/Information_manipulation_theory)

"Reflexive control" Vladimir Lefebvre -

[https://en.wikipedia.org/wiki/Reflexive\\_control](https://en.wikipedia.org/wiki/Reflexive_control)

"General Theory of Reflexivity" - George Soros

<https://www.opensocietyfoundations.org/uploads/9ae17912-2262-4646-8ffc-d01afc934c36/george-soros-general-theory-of-reflexivity-transcript.pdf>

Fricker, M. (2007). Epistemic Injustice: Power and the Ethics of Knowing <https://circulosemiotico.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/05/fricker-miranda-epistemic-injustice.pdf>

"Truth Decay" Jennifer Kavanagh i Michael Rich -

[https://en.wikipedia.org/wiki/Truth\\_Decay\\_\(book\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Truth_Decay_(book))

"Truth-default Theory" Levine, Timothy R [https://en.wikipedia.org/wiki/Truth-default\\_theory](https://en.wikipedia.org/wiki/Truth-default_theory)

"Trust Erosion Framework", 2025, LaShonda Eaddy, Santosh Vijaykumar

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/1468-5973.70039>

Bardzo ciekawa publikacja w tym temacie "Can Fighting Misinformation Have a Negative Spillover Effect?" "Toni G. L. A. van der Meer, Michael Hameleers, Jakob Ohme

[https://refubium.fu-berlin.de/bitstream/handle/fub188/39409/Can Fighting Misinformation Have a Negative Spillover Effect How Warnings for the Threat of Misinformation Can Decrease General News Credibility.pdf;jsessionid=7D3D200BA1528C319B66089AF6AC5EFF?sequence=2](https://refubium.fu-berlin.de/bitstream/handle/fub188/39409/Can%20Fighting%20Misinformation%20Have%20a%20Negative%20Spillover%20Effect%20How%20Warnings%20for%20the%20Threat%20of%20Misinformation%20Can%20Decrease%20General%20News%20Credibility.pdf;jsessionid=7D3D200BA1528C319B66089AF6AC5EFF?sequence=2)