

Zaufanie - katalizator kapitalizmu. Trust Collapse Theory - upadek zaufania w czasach hurtowej produkcji informacji

Wyobraźmy sobie gospodarkę jako skomplikowany mechanizm, w którym każda transakcja, każdy kontrakt i każda innowacja wymagają smarowania. Tym smarem jest zaufanie. Jak zauważał prof. Piotr Sztompka, zaufanie to „optymistyczny zakład”, który podejmujemy mimo niepewności. Jednak w epoce masowej produkcji informacji, gdzie granica między rzetelną wiedzą a fake’iem staje się płynna, ten zakład przestaje się opłacać. Wchodzimy w erę zjawiska, które nazywam **Trust Erosion Effect (TEE)** – systemowej erozji zaufania, która nie jest jedynie problemem etycznym, ale przede wszystkim realnym hamulcem rozwoju społeczno-gospodarczego. Rynek działa wtedy, gdy potrafimy odróżnić dobry towar od bubla. Jeśli nie potrafimy, zaczynamy kupować ostrożniej, mniej i drożej, bo musimy dopłacić za „pewność”. Dziś coraz częściej buble nie siedzą w produktach, tylko w informacjach. Komunikaty wyglądają wiarygodnie, a po czasie okazują się ustawione. I od tej chwili każda kolejna decyzja staje się cięższa, bo nie wiadomo, komu i czemu ufać.

Od „Market for Lemons” do „Market for Fakes” – informacja staje się „cytryną”

Akerlof opisał mechanizm prosty i prawdziwy, jeśli kupujący nie potrafi odróżnić „dobrego auta” od „cytryny”, przestaje płacić za jakość. W efekcie jakość znika, bo rynek premiuje to, co łatwe do sprzedania, a nie to, co dobre. W świecie deepfake’ów, fabrykowanych narracji i masowej produkcji treści podobny mechanizm zaczyna dotyczyć już nie tylko rzeczy, lecz informacji. Jeśli odbiorca nie potrafi odróżnić rzetelnej treści od zmanipulowanej, zaczyna traktować wszystko jako podejrzane, a rzetelność dostaje rykoszetem.

Współczesny świat odchodzi od tego, co Timothy R. Levine nazywa Truth-Default Theory, ewolucyjnie wypracowanego mechanizmu, w którym domyślnie zakładamy, że inni mówią prawdę⁴. Kiedy to domyślne ustawnienie znika, wchodzimy w stan, który nazywam **Trust Erosion Effect (TEE)**. To systemowa erozja zaufania do instytucji, informacji i/lub ludzi, pojawiająca się w momencie, gdy skala manipulacji staje się tak duża, że weryfikacja prawdy staje się dla przeciętnego człowieka zbyt kosztowna, psychologicznie obciążająca lub wręcz niemożliwa.

Circle of Distrust - spirala nieufności jako koszt stałej gospodarki

Noel Carroll w „Circle of Distrust” pisze, że brak zaufania uruchamia podejrzenia, podejrzenia niszczą współpracę, a bez współpracy rośnie tarcie w całym systemie. Z perspektywy ekonomii to nie jest abstrakcja, to wzrost kosztów koordynacji. Tam, gdzie wcześniej wystarczało słowo, mail i standardowa umowa, nagle potrzebujesz potwierdzeń, referencji, dodatkowych kroków, weryfikacji.

Najprościej widać to na rynku pracy. Jeśli część kandydatów kłamie w CV, rośnie „premia za dowody” (szkoły, certyfikaty), a mimo tego i tak rekrutacje się wydłużają oraz rośnie

koszt zatrudnienia np. przez testy umiejętności. Firma płaci czasem i pieniędzmi nawet wtedy, gdy finalnie zatrudnia uczciwą osobę. Uczciwi kandydaci też płacą. Muszą udowadniać więcej, częściej i dłużej.

W polityce mechanizm jest podobny, tylko stawką jest wspólna rzeczywistość. Gdy politycy obiecują wyborcom, a potem nie dowożą, rośnie przekonanie, że „każdy kłamie”. A jeśli „każdy kłamie”, to po co analizować programy, po co inwestować uwagę w fakty? Po co iść na wybory? Wtedy demokracja, podobnie jak rynek płaci „podatek od nieufności”.

Do tego dochodzi jeszcze trzeci, bardzo „przyziemny” przykład. **Phishing** działa tym lepiej, im bardziej potrafi podszyć się pod wiarygodną instytucję/firme „bank”, „kurier”, „faktura”. Kiedy takie ataki stają się masowe, rośnie społeczna ostrożność, ale rośnie też chaos. Ludzie przestają ufać prawdziwym komunikatom, a firmy dokładają kolejne warstwy weryfikacji. W rezultacie nawet zwykła korespondencja zaczyna kosztować więcej: więcej czasu, więcej procedur, więcej frustracji.

Adversary Selection - asymetria informacji produkowana na zamówienie

W klasycznej „adverse selection” asymetria informacji bywa naturalna: ktoś wie więcej, bo ma dostęp. Dziś coraz częściej asymetria bywa projektowana. **Adversary Selection** to sytuacja, w której ktoś celowo buduje przewagę informacyjną i sprzedaje ją jako wiarygodność: „niezależne źródła”, „eksperci”, „oddolne opinie” – które w praktyce pchają jedną narrację.

To może być farma kont, deepfake, phishing albo sieć stron udających media. Ale może to być też „elegancka” manipulacja danymi, marketingiem czy raportami. Głośne przykłady jak Theranos lub Dieselgate, są ważne nie tylko jako skandale. One mają efekt uboczny, po takich historiach inwestorzy i konsumenti wydają więcej na weryfikację albo uciekają z rynku, bo ryzyko informacyjne robi się zbyt kosztowne.

Mniej zaufania = Mniej inwestycji/Większe koszty = Wolniejszy rozwój

Ile to kosztuje? - cztery sposoby, w jakie płacimy „podatek od nieufności”

Po pierwsze, spada skłonność do ryzyka i inwestycji. Gospodarka nie działa na pewnikach, działa na decyzjach podejmowanych mimo niepewności. Gdy domyślną postawą staje się „nie wierzę”, ludzie i firmy podejmują mniej decyzji, rzadziej wchodzą w nowe relacje, rzadziej próbują. Rynek działa, ale na zaciągniętym hamulcu.

Po drugie, rosną koszty transakcyjne. Jeśli kupno czegokolwiek „z ogłoszenia” np. Złota z OLX, wymaga eskalującej listy zabezpieczeń escrow, certyfikatów, videoweryfikacji, walidacji źródeł, część osób po prostu rezygnuje. Zaufanie zastępujemy procedurą, a procedura jest droga.

Po trzecie, rosną koszty stałe i bariery wejścia. Organizacje dokładają kolejne warstwy kontroli reputacji, bezpieczeństwa i due diligence. Duże firmy jeszcze to udźwigną, bo mają działały prawne, compliance i budżety. Mniejsze przegrywają nie dlatego, że są gorsze, tylko dlatego, że nie stać ich na „kupienie” bezpieczeństwa informacyjnego. W praktyce erozja zaufania sprzyja koncentracji rynku.

Po czwarte, zniką wspólne pole faktów, a bez niego spada zdolność do koordynacji. Gdy nie ma bazowej zgody co do tego, co jest faktem, rośnie polaryzacja i spada zdolność do koordynacji. A bez koordynacji nawet najlepszy rynek zaczyna działać jak zbiór odizolowanych baniek, które nie potrafią wytworzyć trwałych kompromisów.

Co można zrobić, aby obniżyć koszt dotarcia do prawdy, podnieść koszt kłamstwa?

Jeśli potraktujemy TEE jak podatek, można ograniczać jego wysokość. Pierwsza rzecz to realne koszty manipulacji: kary i odpowiedzialność, które zmieniają rachunek opłacalności kłamstwa. Druga to „dowód pochodzenia” informacji: jasne źródła, spójne kanały publikacji i szybka ścieżka autentykacji materiałów audio/video. Trzecia to proste procedury dla odbiorców: co robić, gdy coś wygląda jak deepfake, gdzie sprawdzić, jak nie rozkręcać wirala zanim pojawi się weryfikacja. Jest też czwarty element, którego nie da się „zautomatyzować”. Normy uczciwości i zaufania. Dokładamy narzędzi, a druga strona wymyśla obejścia. Jeśli w biznesie, mediach i polityce kłamstwo staje się „sprytną strategią”, koszt weryfikacji rośnie wszystkim, szczególnie tym, którzy nie mają czasu i zasobów na ciągłe sprawdzanie. Jeśli uczciwość wraca jako standard, system zwyczajnie oddycha lżej.

W tym sensie sensowne są podejścia takie jak **Trust Erosion Framework (TEF)**, próba systemowego zarządzania odbudową zaufania poprzez transparentność, mechanizmy weryfikacji i odpowiedzialność za treść. Można też myśleć o niezależnej instytucji w rodzaju „Światowej Organizacji Wiarygodności”, która przekłada weryfikację spornych treści na prosty, publiczny indeks wiarygodności, żeby zwykły odbiorca nie musiał za każdym razem robić własnego śledztwa.

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 Truth-Default Theory Levine'a, wcześniej społeczeństwa opierały się na założeniu, że większość informacji jest prawdziwa, a dziś to założenie coraz częściej ustępuje miejsca odruchowej nieufności. A przecież wzrost zaufania społecznego i liczby interakcji społecznych i gospodarczych jest możliwy wtedy, gdy działa „truth-default”, czyli domyślne założenie, że informacje są prawdziwe. Ten tekst skupia się nie na mediach, tylko na kosztach gospodarczych świata, w którym zaufanie przestaje być

domyślne i wszyscy płacimy niewidzialną cenę. W przyszłości powinniśmy wspólnie walczyć z TEE, dbając o normy uczciwości, tworząc rozwiązania w rodzaju TEF i korzystając z technologii do szybkiego wykrywania manipulacji.

Informacja od dawna jest towarem, dziś produkowanym masowo. Problemem XXI wieku nie będzie jej brak, tylko zmniejszenie kosztu dotarcia do niej i selekcji tej prawdziwej.

Autor:

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

Źródła:

Przypis 1 “Syndrom Elizabeth Holmes/TheRanoss Effect”

<https://krytykapolityczna.pl/swiat/karolina-wasilewska-dolina-krzemowa-technologie->

[holmes/ https://www.businessinsider.com/was-there-a-theranos-effect-in-biotech-2017-1?IR=T](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

"Trust barometer edelman.com"

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

"Reflexive control" Vladimir Lefebvre 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>

"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

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

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

"Circle of distrust", 1999, Noel Carroll <https://www.amazon.com/Circle-Distrust-Mr-Noel-Carroll/dp/1496090535>

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