

Zaufanie - katalizator kapitalizmu,

Tytuly: "Trust erosion effect - kotwica gospodarki XXIw."

Zaufanie - katalizator kapitalizmu

Informacyjne "Cytryny" / Trust Collapse Theory

Wyobraź sobie, że dostajesz nagranie wideo: „prezes” ogłasza bankructwo firmy, „minister” przyznaje się do afery, a „ekspert” w podcaście przekonuje, że jutro będzie krach. Jeszcze dekadę temu pytanie brzmiało: Naprawdę, co teraz? Dziś coraz częściej brzmi: czy da się to w ogóle sprawdzić lub potwierdzić i czy to 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 państw.

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”. 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”

W epoce fakenewsów i deepfake'ów podobny mechanizm działa na poziomie informacji. Jeśli odbiorca nie potrafi odróżnić rzetelnej treści od zmanipulowanej, zaczyna traktować wszystko jak podejrzanę.

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. Co skutkuje spadkiem aktywności konsumenckiej i/lub społecznej.

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. Sztompka trafia w sedno psychologicznego mechanizmu, zaufanie to „optymistyczny 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.

TEE to niewidzialny podatek, który płacimy wszyscy — w czasie, pieniądzu i utraconych szansach.

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 fej(k)”, 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 rozróżniać 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 bezbłądność, 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.

Adversary Selection: asymetria projektowana, nie „naturalna”

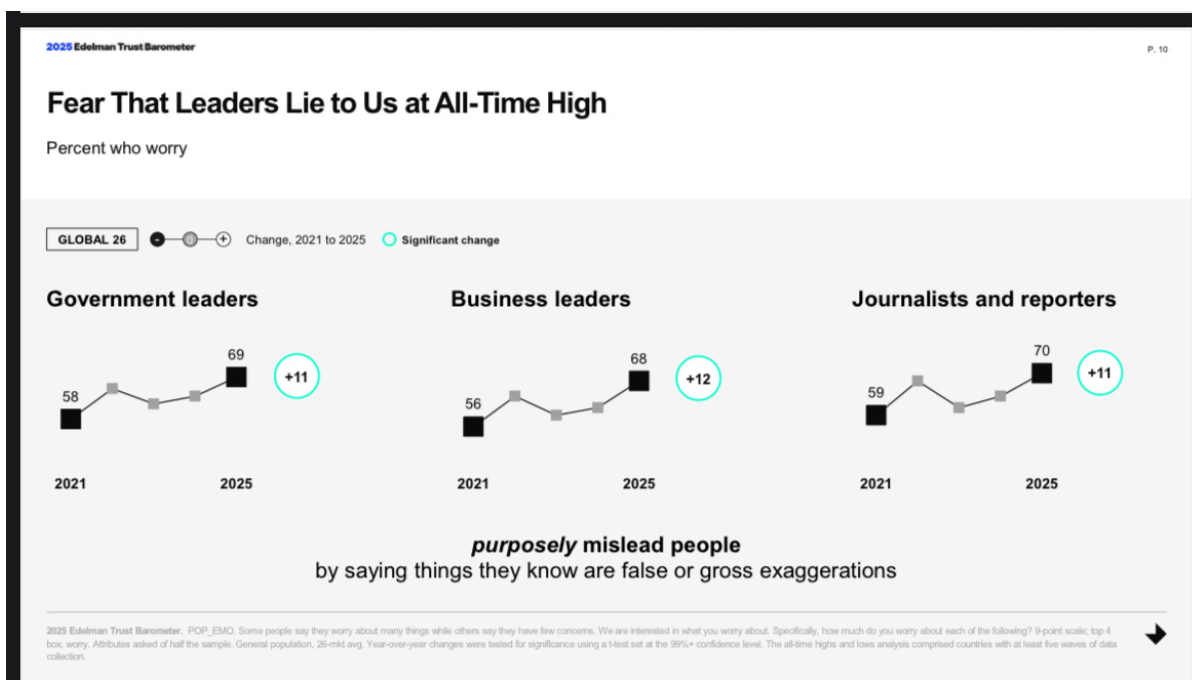
Głównym powodem TEE jest zjawisko, które na potrzeby tej publikacji nazwę **“Adversary Selection”** - **intencjonalne tworzenie i wykorzystywanie asymetrii informacji** w celu osiągnięcia własnych korzyści. Kluczowa różnica względem

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.

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. Takie manipulacje prowadzą do wyżej opisanego TEE, jeden z dziennikarzy nawet użył określenia Syndrom Elizabeth Holmes/Theranos Effect(Przypis1) wobec spadku zaufania do kobiet 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. Przenieśmy to do bardziej przyziemnego przykładu gdzie „jakaś osoba” zainwestowała w kryptowaluty i została ofiarą „rugpull'a”, już raczej nigdy nie zainwestuje w „nowe technologie” a w szczególności krypto, czyli ograniczenia napływu kapitału przez brak zaufania.

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 niecałe 20% mniej niż 4 lata temu. To może być skutkiem wielkoskalowych manipulacji oraz pandemii COVID-19, która wygenerowała sporo dezinformacyjnego szumu i spolaryzowała społeczeństwa.

(zaciekawionych zapraszam do pełnego raportu "The Trust Barometer 2025r. edelman.com")

Co możemy zrobić?

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

1. Rygorystyczne kary za kłamstwa i manipulacje.
2. Projektuj „dowód pochodzenia” informacji
Materiały wideo/audio/komunikaty powinny mieć jasne źródło, spójne kanały publikacji i możliwość szybkiej weryfikacji.

3. Zbuduj playbook na deepfake kryzysowy

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

Dobrym uzupełnieniem walki z Trust Erosion Effect byłby „Światowa Organizacja Wiarygodności”, niezależna instytucja, która weryfikuje sporne treści i podszywanie się pod ekspertów, a wyniki przekłada na prosty, publicznie dostępny **Indeks Wiarygodności**. Podmioty (firmy, instytucje, media) 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 droższych kosztów manipulacji, zaufanie stanie się dobrem luksusowym, a gospodarka będzie płacić za to wolniejszym tempem rozwoju. W tym sensie ten esej skupia się nie na mediach, a na kosztach gospodarczych świata, w którym zaufanie przestaje być domyślnym ustawieniem, za co wszyscy płacimy „niewidzialną cenę”. 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 tych prawdziwych.

Autor:

Franciszek Krzysztof Włodarczyk - Specjalista cyberbezpieczeństwa, entuzjasta ekonomii i statystyki

Źródła:

Przypis1 Syndrom Elizabeth Holmes. <https://krytykapolityczna.pl/swiat/karolina-wasielewska-dolina-krzemowa-technologie-holmes/>

"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%20Edelman%20Trust%20Barometer_Final.pdf

"IMT" https://en.wikipedia.org/wiki/Information_manipulation_theory

"Reflexive control theory " - George Soros -

https://en.wikipedia.org/wiki/Reflexive_control

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))

Za przykład weźmy Chiny, które pokazują walkę z dezinformacją przez zakaz wypowiadania się w internecie na tematy "ważne" (medycyna, finanse, prawo) influencerom bez wykształcenia w tej dziedzinie, to jest dobry krok w celu ograniczenia podaży "fake'owych" informacji oraz zmniejszenia zjawiska TEE wobec informacji w internecie.

do poprawy

Fukuyama itp przykłady do ogarnięcia

notatnik

Trust Collapse Theory (Teoria upadku zaufania) - opisuje konsekwencje współczesnej asymetrii informacji oraz zjawiska **Adversary Selection**, czyli

celowego doboru pozornie niezależnych jednostek, podmiotów lub „ekspertów” w celu manipulowania percepcją wiarygodności. Według teorii te działania, w połączeniu z rosnącą skalą dezinformacji, fakenewsów i deepfake’ów, prowadzą do powstania zjawiska Trust erosion Effect (TEE)– systemowego spadku zaufania społecznego.

Adversary Selection - to zjawisko polegające na **intencjonalnym tworzeniu i wykorzystywaniu asymetrii informacji** w celu osiągnięcia własnych korzyści.

Trust Erosion Effect - to zjawisko będące **skutkiem wielkoskalowych i powtarzających się manipulacji informacyjnych w XXIw.**, takich jak na przykład **Adversary Selection/Controlled opposition**. Efekt ten ujawnia się, gdy zaufanie jednostek do informacji, instytucji i innych ludzi **spada do poziomu, w którym zaczynają kwestionować wszystko i wszystkich co prowadzi do zaburzenia funkcjonowania rynków oraz nasilenia się problemów społecznych.**