

The Trust Collapse Theory

Teoria upadku zaufania, w dobie zwiększającej się podaży fakenews oraz deepfake.

Niniejsza teoria stanowi swego rodzaju adaptację klasycznego modelu "Market of Lemons" **George'a Akerlofa do realiów XXI wieku**. Rozszerza ona jego założenia o nowe zjawiska i pojęcia, które w czasach Akerlofa **nie istniały lub występowały jedynie w ograniczonej skali**, ze względu na brak dzisiejszej **infrastruktury informacyjnej, technologii cyfrowych oraz wiedzy z zakresu psychologii manipulacji i wpływu społecznego**.

"Jak nauczyć ludzi być szczerymi wobec innych, kiedy nie są szczerzy wobec samych siebie."

Trust collapse theory (Teoria upadku zaufania, w dobie zwiększającej się podaży fakenews oraz deepfake.)

Trust Collapse Theory (Teoria upadku zaufania) opisuje konsekwencje współczesnej asymetrii informacji oraz zjawiska adversary selection, czyli celowego doboru pozornie niezależnych podmiotów lub „ekspertów” w celu manipulowania percepcją wiarygodności. Te działania, w połączeniu z rosnącą skalą dezinformacji, fakenewsów i deepfake’ów, prowadzą do powstania zjawiska Trust erosion Effect (TEE)– systemowego spadku zaufania społecznego.

Teoria zakłada, że w warunkach nadmiaru manipulacji informacyjnych zaufanie staje się dobrem rzadkim, a jego deficyt wywołuje zaburzenia zarówno społeczne, jak i gospodarcze. W ujęciu ekonomicznym zjawisko to przypomina model Akerlofa (Market for Lemons), jednak przesuwą punkt ciężkości z wpływu asymetrii informacji na cenę i efektywność rynków na jej wpływ na społeczeństwo i długofalowy rozwój gospodarczy.

Wykorzystując m.in. dane z raportów Edelman Trust Barometer, teoria pokazuje, że w miarę wzrostu podaży zmanipulowanych treści ludzie stają się coraz bardziej nieufni, co przekłada się na mniejszą aktywność konsumencką, wycofanie społeczne oraz polaryzację polityczną. W skrajnych przypadkach TEE prowadzi do sytuacji, w której jednostki zaczynają podważać nawet najbardziej wiarygodne informacje, ponieważ weryfikacja staje się zbyt trudna, czasochłonna lub emocjonalnie obciążająca.

W rezultacie Trust Collapse Theory opisuje nie tylko ekonomiczny, ale i cywilizacyjny koszt utraty zaufania. Pokazując, jak współczesna architektura informacji może doprowadzić do systemowego załamania wiarygodności, a w konsekwencji do spowolnienia dynamiki gospodarczej i erozji spójności społecznej.

Adversary selection(Selekcja przeciwnika) (na ten temat były podobne prace także zastanów się czy nie skupić się tylko na tct i trust erosion effect a to po prostu opisać jako nasz przykład który w szczególności prowadzi do TEE)

Adversary Selection to zjawisko polegające na **intencjonalnym tworzeniu i wykorzystywaniu asymetrii informacji** w celu osiągnięcia własnych korzyści. Mechanizm ten opiera się na wprowadzaniu do obiegu **informacji niskiej jakości lub nieprawdziwych**, które odbiorcy z braku możliwości, czasu lub chęci przestają weryfikować. W efekcie dochodzi do **erozji zaufania społecznego**, prowadzącej do **spadku aktywności konsumenckiej i społecznej jednostek**, co znajduje odzwierciedlenie w zjawisku **Trust Erosion Effect (TEE)**. Innymi słowy, **adversary selection** to **celowe generowanie i eksploatowanie informacyjnej przewagi** poprzez manipulację percepcją wiarygodności.

Akerlof opisywał przykład gdzie sklepikarz w wiosce rybackiej mówi "ufam każdemu kto regularnie spuszcza kotwice w naszej zatoce ale jeśli to ktoś kogo nie znam zastanawiam się dwa razy jeżeli nie dowiem się o nim wszystkiego" w dzisiejszych czasach można kogoś lub daną informację "znać" lub uważać za znajomą/prawdziwą a to może okazać się tylko częścią gry/manipulacji.

Cytat1

A small shopkeeper in a Hong Kong fishing village told me: "I give credit to anyone who anchors regularly in our bay; but if it is someone I don't know well, then I think twice about it unless I can find out all about him."*

W przeciwieństwie do klasycznej adverse selection Akerlofa gdzie asymetria wynika z nieobserwowalności jakości która stanowi informację prywatną sprzedawcy. **Adversary Selection** opisuje przypadek, w którym asymetria jest intencjonalnie projektowana i utrzymywana przez aktorów manipulacyjnych (ludzi, organizacje, algorytmy), poprzez selekcję, wytwarzanie lub amplifikację pozornie niezależnych źródeł/„ekspertów”, tak aby zmienić percepcję wiarygodności i uzyskać korzyści ekonomiczne, polityczne lub społeczne.

Efektem działań typu **"Adversary Selection"** jest utrata zaufania i długotrwała erozja wiarygodności jednostki lub grupy, co według wprowadzonego w tej pracy pojęcia (**Trust Erosion Effect**) prowadzi do spadku aktywności konsumenckiej i społecznej, co prowadzi do zaburzenia funkcjonowania rynków oraz nasilenia się problemów społecznych.

Przykład:

Wyobrazmy sobie trzech graczy gdzie dwóch jest razem w grupie przeciwko temu jednemu. Samotny Gracz czuje się osaczony, w tym momencie wchodzi do gry czwarty gracz który wykazuje chęć grania na korzyść tego samotnego i razem tworzą grupę. Teraz mamy dwie grupy (adversaries) i (przeciwnik z udziałem impostora). Nowy sojusznik jest tak naprawdę podstawionym agentem, który ma za zadanie realizować cele ustalone przez grupę która go przywołała co ma doprowadzić do porażki gracza dla którego jest nowym sojusznikiem (oryginalnie był sam naprzeciwko grupie dwóch graczy). Dzięki temu w teorii na planszy gry "bez ingerencji" wyeliminowali swoją konkurencję. Gracz, który został w ten sposób wyeliminowany/oklamany już raczej nigdy nie zaufa nowemu sojusznikowi od tak.

PRZYKŁAD Opisany pod Teorię Gier

Schemat ten znany jest w literaturze jako *controlled opposition* (rama kontroli opozycji), realizowany operacyjnie przez *agenta-prowokatora* (infiltracja i prowokacja), a sposób wejścia odpowiada metaforze *Trojan horse* (podszybie się pod sojusznika). Aczkolwiek nie można skupiać się za bardzo na tym przykładzie i mieć na uwadze że **Adversary Selection** to zjawisko polegające na **intencjonalnym tworzeniu i wykorzystywaniu asymetrii informacji** w celu osiągnięcia własnych korzyści, także tworzenie tej asymetrii może przyjąć najróżniejsze postaci (Np. fake strona z newsami)

***Trust erosion /Trust collapse effect* oldCredibility Deficit Effect(Efekt deficytu wiarygodności) (efekt erozji wiarygodności)**

Trust Erosion Effect to zjawisko będące **skutkiem wielkoskalowych i powtarzających się manipulacji informacyjnych w XXIw.**, takich jak na przykład **Adversary Selection**. W przeciwieństwie do pojedynczych, interpersonalnych manipulacji, które wywierają wpływ lokalny i krótkotrwały, działania o dużej skali takie jak dezinformacja w internecie, manipulacje medialne czy strategie polityczne powodują **systemowe osłabienie zaufania społecznego**.

Efekt ten ujawnia się, gdy zaufanie jednostek do informacji, instytucji i innych ludzi **spada do poziomu, w którym zaczynają kwestionować wszystko i wszystkich**. W takich warunkach proces weryfikacji informacji staje się zbyt trudny, czasochłonny lub wręcz niemożliwy, co prowadzi do **spadku aktywności konsumenckiej i społecznej**.

Zgodnie z założeniami teorii **Trust Collapse Theory**, efekt erozji zaufania działa **na niekorzyść zarówno gospodarki, jak i społeczeństwa**. W wymiarze ekonomicznym prowadzi do **zwiększenia kosztów transakcyjnych i zawodności rynków**, a w wymiarze społecznym sprzyja **rosnącej polaryzacji, fragmentacji opinii publicznej oraz zaniku wspólnego pola faktów i wartości**. W rezultacie **Trust Erosion Effect** stanowi jeden z kluczowych mechanizmów osłabiających spójność społeczną i stabilność gospodarczą w epoce nadmiaru informacji i manipulacji.

Trust Erosion Effect (TCE)/ Trust Collapse Effect (TCE) można opisać jako łącznik „klej” między teoriami Truth Decay, Liar’s Dividend, Spiral of Cynicism i Market for Lemons.

Podczas gdy każda z nich opisuje odrębny wymiar kryzysu zaufania – poznawczy, technologiczny, społeczny czy ekonomiczny – TEE scala je w spójny łańcuch przyczynowo-skutkowy.

Wzrost częstotliwości i skali manipulacji informacyjnych prowadzi do narastającej niepewności co do prawdziwości przekazów (→ Truth Decay), następnie umożliwia podważanie nawet autentycznych treści (→ Liar’s Dividend), co rodzi cynizm i wycofanie społeczne (→ Spiral of Cynicism), a w konsekwencji paraliżuje wymianę gospodarczą poprzez wzrost kosztów weryfikacji i spadek skłonności do ryzyka (→ Market for Lemons).

Akerlof w “Market of Lemons” opisywał zjawisko bardzo zbliżone – w swojej teorii **„Market for Lemons”** wskazywał, że **przy dużej asymetrii informacji i niepewności co do jakości dóbr** konsumenci ograniczają lub całkowicie rezygnują z transakcji. W efekcie z rynku znikają produkty wysokiej jakości, a pozostają jedynie te o niskiej wartości („lemons”). Jest to **modelowy odpowiednik** mojego efektu po stronie konsumpcji – sytuacji, w której **nadmiar manipulacji i brak zaufania prowadzi do decyzji typu: „gdy niczemu nie wierzę, nie kupuję”**.

Cytat2

Gresham's law has made a modified reappearance. For most cars traded will be the “lemons,” and good cars may not be traded at all. The “bad” cars tend to drive out the good (in much the

490

QUARTERLY JOURNAL OF ECONOMICS

same way that bad money drives out the good). But the analogy with Gresham's law is not quite complete: bad cars drive out the good because they sell at the same price as good cars; similarly, bad money drives out good because the exchange rate is even. But the bad cars sell at the same price as good cars since it is impossible for a buyer to tell the difference between a good and a bad car; only the seller knows. In Gresham's law, however, presumably both buyer and seller can tell the difference between good and bad money. So the analogy is instructive, but not complete.

"To właśnie fragment, na którym Akerlof buduje kluczowy wniosek: *asymetria informacji (brak możliwości rozróżnienia jakości przez kupującego)* prowadzi do tego, że zły produkt wypiera dobry a rynek się degeneruje."

W swojej nowszej publikacji "Animal Spirits", Akerlof i Shiller (2009) w (rozdz. 1, „Confidence and Its Multipliers”) traktują zaufanie nie jako „miękki” wskaźnik socjologiczny, lecz jako zmienną stanu makroekonomicznego, obok zatrudnienia, inflacji czy stóp procentowych. To zaufanie przesądza, czy podmioty gospodarcze, konsumenci, przedsiębiorcy czy inwestorzy w ogóle angażują się w wymianę i inwestycje (por. s. 45 w „*new edition*”). Co w jakimś stopniu pokrywa się z tezą **Trust Erosion Effect**, mniejsze zaufanie = mniejsza aktywność społeczna i ekonomiczna.

(Fragment o Truth decay jest jeszcze niedokończony)

fragment o Truth Decay - podobna praca ale nie skupiająca się na skutkach (Truth decay opisuje w jakimś sensie TEE)

"Truth Decay" autorstwa Jennifer Kavanagh i Michael'a Rich'a mówi o podobnych zjawiskach w Amerykańskim społeczeństwie, skupia się na społecznych i politycznych konsekwencjach "zaniku prawdy", takich jak np. Paraliż polityczny, który w trochę innym świetle opisuje w przykładzie 1. Kiedy Kavanagh i Rich skupiają się na skutkach w społeczeństwie amerykańskim i dogłębnie je analizują, ja skupiam się na ogólnym opisanie zjawiska TEE, które ma trochę głębsze działanie niż tylko społeczno/polityczne. W tym sensie TCT dostarcza brakującego ogniwa między analizami makrospołecznej erozji zaufania a mikroekonomicznym ujęciem asymetrii informacji, wskazując, jak dezinformacja przekształca się w systemowy Trust Erosion Effect (TEE), prowadzący do zawodności rynków.

Odmienne, lecz komplementarny mechanizm, odnajdujemy w Reflexivity Theory George'a Sorosa (1987), który wskazywał, że rynki finansowe nie odzwierciedlają rzeczywistości, lecz ją współtworzą poprzez błędne, samonapędzające się przekonania uczestników. Gdy zaufanie do informacji maleje, błędne narracje zaczynają kształtować faktyczny stan gospodarki, tworząc pętlę sprzężenia zwrotnego (feedback loop) między percepcją a rzeczywistością.

Z kolei Akerlof i Shiller (2015), w pracy Phishing for Phools, pokazali, że gospodarka rynkowa naturalnie generuje pokusy manipulacji informacyjnej.

Producenci, politycy i instytucje wykorzystują poznawcze słabości ludzi, aby kierować ich decyzjami w sposób dla siebie korzystny. Oba te ujęcia doskonale współgrają z Trust Erosion Effect (TEE), ukazując, że utrata zaufania nie jest jedynie skutkiem dezinformacji, lecz elementem dynamicznego cyklu samopotwierdzających się złudzeń i manipulacji, w którym informacja staje się zarówno narzędziem, jak i ofiarą gry rynkowej.

Trzeba tutaj również zaznaczyć, że pojęcie „**credibility deficit**” występuje już w filozofii. W ujęciu Mirandy Fricker odnosi się ono do sytuacji, w której jednostka otrzymuje **niesprawiedliwie zaniżony poziom wiarygodności** z powodu uprzedzeń, takich jak płeć, rasa czy status społeczny. Jest to więc zjawisko **mikroskali**, dotyczące relacji między ludźmi i krzywdy epistemicznej wyrządzanej konkretnemu mówiącemu. W przeciwieństwie do tego, mój **Trust Erosion Effect (TEE)** opisuje proces **systemowy i makrospołeczny** – efekt kumulacji wielkoskalowych manipulacji informacyjnych, które prowadzą do **powszechnego spadku zaufania** wobec instytucji, mediów i innych ludzi. O ile Fricker skupia się na niesprawiedliwości poznawczej wobec jednostki, **TEE** analizuje **globalne wyczerpywanie się zaufania społecznego**, które może przełożyć się na **spowolnienie aktywności społecznej i gospodarczej**.

Przykłady „**TEE**”:

1.

Kiedy wyborcy nie są w stanie odróżnić prawdy od kłamstwa ani rozpoznać, czy polityk działa w swoim interesie, czy w cudzym, narasta przekonanie: „tam i tak każdy oszukuje”. Skutek jest dwojaki.

Po pierwsze, spada frekwencja – ludzie rezygnują z udziału w wyborach, bo nie widzą sensu angażowania się w grę, której regułom nie ufają.

Po drugie, obniża się sprawność procesu demokratycznego: przy zbyt niskiej frekwencji łatwiej podważać mandat zwycięzców, a bywa, że głosowania trzeba powtarzać. Wzrost niepewności zniechęca także do innych form uczestnictwa (np. konsultacje społeczne).

2.

Czy kupić(a)byś złoto przez OLX? Większość osób odpowie: raczej nie. Nawet jeśli sprzedawca pokaże certyfikaty, pozostaje ryzyko scamu: podróbka, pusta

paczka, brak możliwości skutecznej reklamacji. Żeby ryzyko ograniczyć, trzeba inwestować czas i pieniądze w weryfikację (sprawdzenie sprzedawcy, oceny, dodatkowe zabezpieczenia, płatność z escrow) a to zwiększa koszty transakcyjne.

Efekt netto? Mniej transakcji niż potencjalnie możliwe, w tym mniej legalnej sprzedaży złota online. To zawodność rynku: uczciwe oferty toną w morzu niepewności razem z podejrzanymi, więc podaź i popyt nie spotykają się tak często, jak mogłyby.

3.

Nieznajomy oferuje coś **bezpłatnie** np. papierosa, jedzenie. Pierwsza myśl: „**podstęp**”. W tle są historie z mediów o zatruciach czy oszustwach. To nie jest tylko zasada „no free lunch”; tu **główną rolę gra brak zaufania do intencji innych ludzi**. *“Ja kiedyś miałem taką sytuację stałem w parku przed szkołą z koleżankami i paliliśmy papierosy. W pewnym momencie podszedł do nas mężczyzna (parę lat starszy od nas) i powiedział że rzuca palenie wyciągnął paczkę papierosów i dał mi ją, ja nie chciałem jej przyjąć z myślą w głowie że są to jakieś zatrute papierosy, ten mnie zapewnił że nie są ja je wziąłem spaliłem i okazały się normalne (no chyba że były zatrute i nie zadziałały bo dalej żyję haha)”. Morał nie brzmi „bierz wszystko od obcych”, tylko: “odruch nieufności odcina nas od części neutralnych czy życzliwych interakcji.”*

Jakie mogą być sposoby radzenia sobie z tym akurat w kontekście polityki?

Indeks Wiarygodności prowadziłby **niezależny urząd**, wykorzystując nowoczesne technologie, aby **zminimalizować udział człowieka** w ocenie. Mechanizm działałby jak **ranking ELO w grach**: każdy polityk startuje z **neutralnym poziomem** (np. 1000 punktów). Po każdym **zweryfikowanym zdarzeniu** przewinieniu albo przeciwnie, **działaniu na rzecz interesu publicznego**. System **automatycznie** odejmuje lub dodaje punkty zgodnie z **wcześniej ustalonymi zasadami**.

Wartości punktów i katalog zdarzeń (jakie przewinienia i jakie dobre działania są oceniane) **ustala społeczeństwo** w procesie demokratycznym np. referendum lub ogólnokrajowych konsultacjach/ankietach. **Rola urzędu** ogranicza się do **nadzoru i utrzymania systemu**: nie może on samodzielnie zmieniać **wysokości punktacji**

ani korygować **wyników**; może jedynie **proponować** dodanie **nowych kategorii** przewinień/działań, które po konsultacjach trafiają do systemu.

Przykład Indeksu Wiarygodności

Jaki mógłby być sposób ograniczenia **Trust Erosion Effect (TEE) w skali światowej?**

Aby zaradzić temu w międzynarodowej skali, na świecie mogłaby powstać **światowa organizacja ochrony wiarygodności** jak nato czy who tylko zajmująca się weryfikacją informacji i manipulacji. Ludzie którzy by stali na straży prawdziwych informacji na świecie i przyznawali certyfikaty wiarygodności. Coś jak interpol tylko skupiony na manipulacjach. Podobnie do np. abw i kontrwywiad (tylko w przypadku jakby były to organizacje światowe nie państwowe) tylko skupiony na chronieniu wiarygodności informacji i interesu społeczeństwa aby nie występowało dalej zjawisko **Trust Erosion Effect (TEE)**.

Badania

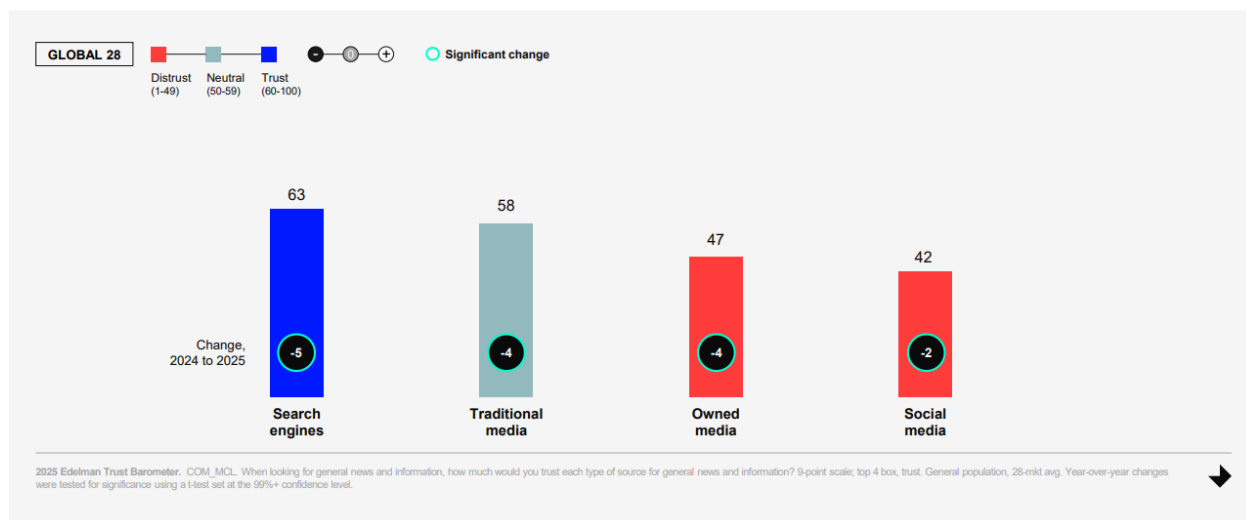
Badania Edelman wg. mnie potwierdzają progresję erozji zaufania na świecie, co według mojej teorii jest skutkiem długotrwałych i wielkoskalowych manipulacji:

Badania dotyczą zwiększającej się nieufności w dzisiejszych czasach.

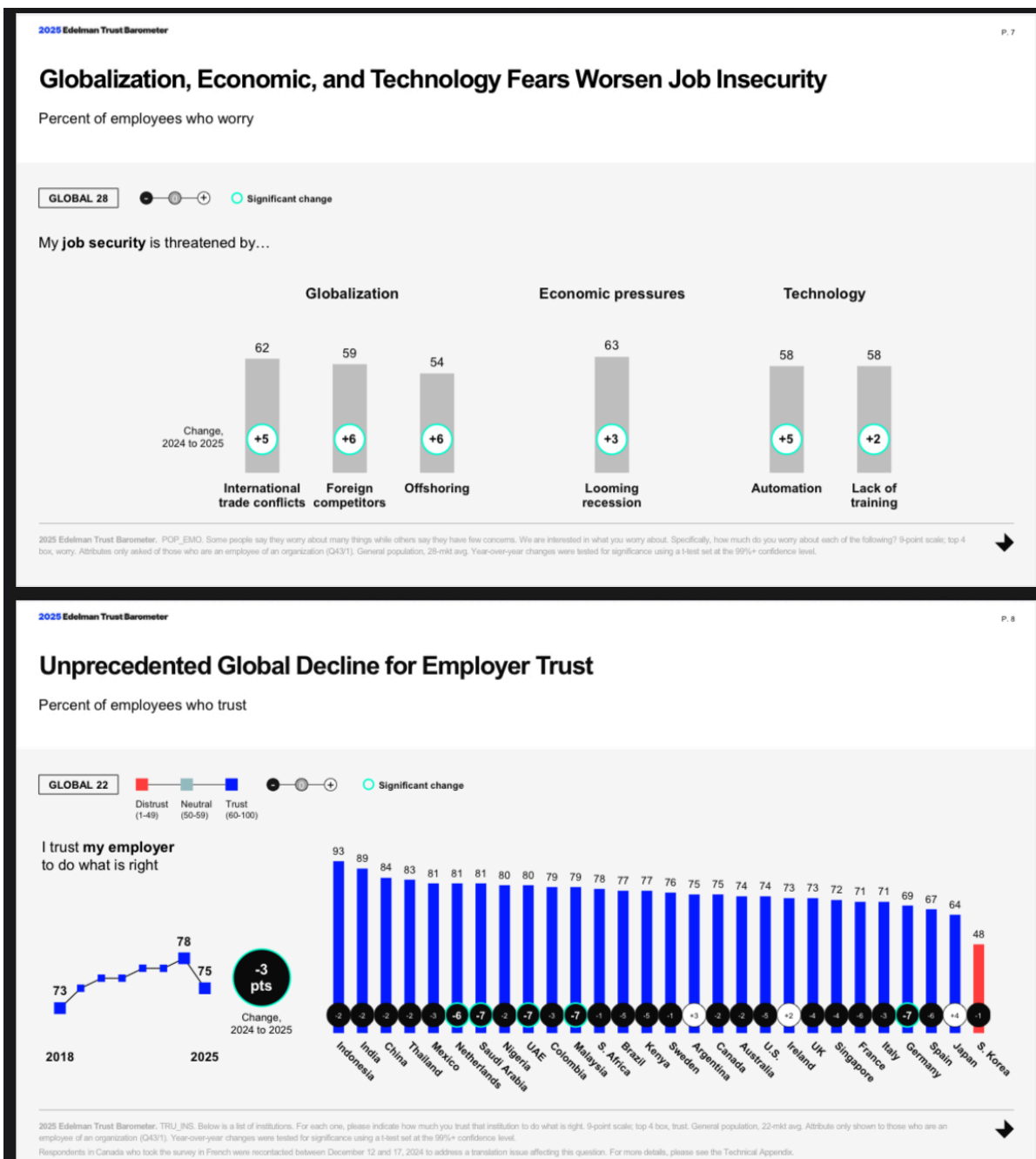
https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2025-01/2025%20Edelman%20Trust%20Barometer_Final.pdf

Trust in All News Sources Declines

Percent trust in each media source for general news and information

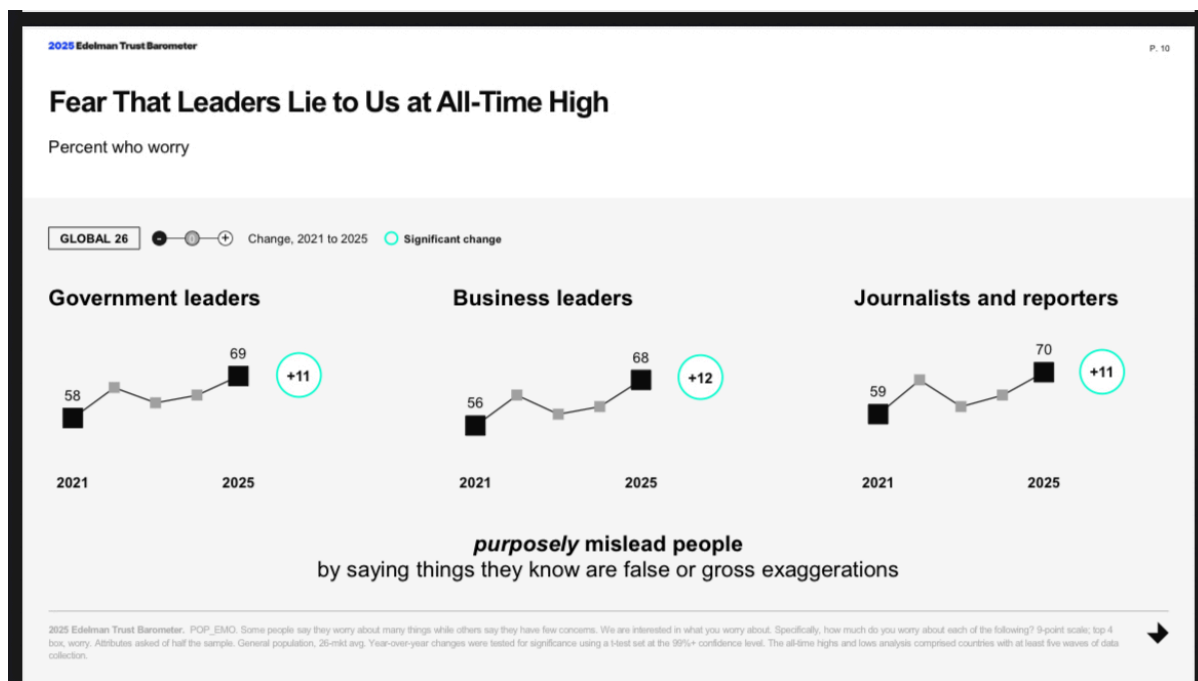


Spadek zaufania do wszystkich źródeł informacji - „Trust in All News Sources Declines” (Global 28) – zaufanie do mediów spadło we wszystkich kategoriach: wyszukiwarki –5 pp (63%), media tradycyjne –4 pp (58%), media własne –4 pp (47%) i media społecznościowe –2 pp (42%). Dane te wskazują na **globalny kryzys wiarygodności źródeł informacji**, nawet najbardziej zaufane kanały notują wyraźny spadek zaufania, co potwierdza **postępującą erozję zaufania społecznego** opisywaną przez **Trust Collapse Theory**. (*Edelman Trust Barometer 2025, s. 50*)

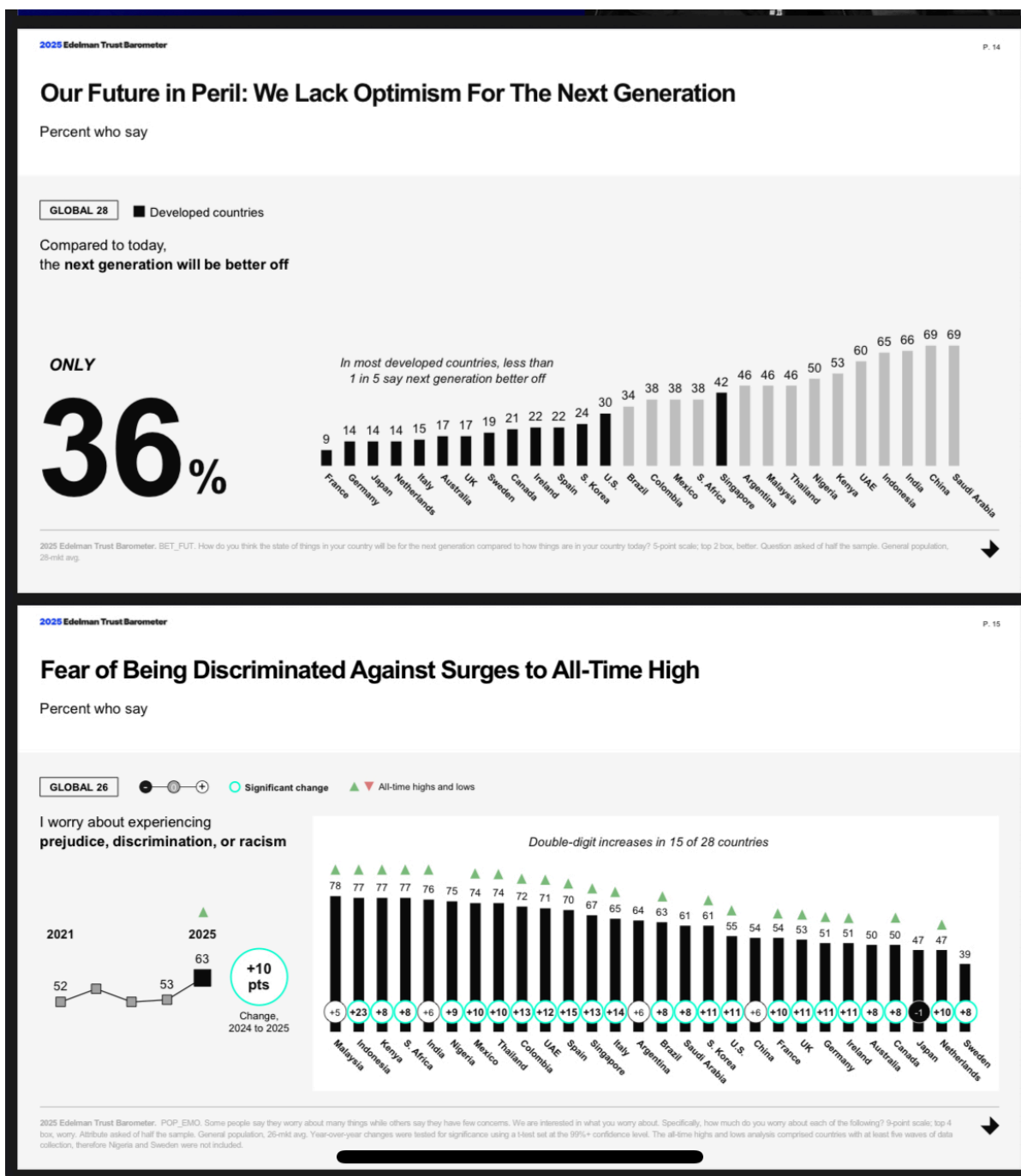


Bezprecedensowy globalny spadek zaufania do pracodawców – „Unprecedented Global Decline for Employer Trust” (Global 22: 75%) – z danych Edelman Trust Barometer 2025 wynika, że **zaufanie pracowników do swoich pracodawców spadło o 3 punkty procentowe** w stosunku do roku 2024, osiągając **najniższy poziom od kilku lat**. W wielu krajach, m.in. w Korei Południowej, Hiszpanii i Wielkiej Brytanii, spadki przekroczyły nawet **7 punktów procentowych**, co raport określa jako „bezprecedensowy globalny trend

spadkowy". Jednocześnie **63% badanych obawia się o stabilność zatrudnienia** w związku z konfliktami handlowymi, konkurencją zagraniczną i automatyzacją pracy. Dane te potwierdzają, że **utrata zaufania dotyka już także relacji wewnątrz organizacji**, a rosnące poczucie niepewności zawodowej i presji ekonomicznej stanowi element **systemowej erozji zaufania** opisywanej w ramach **Trust Collapse Theory**. (Edelman Trust Barometer 2025, s. 7–8)

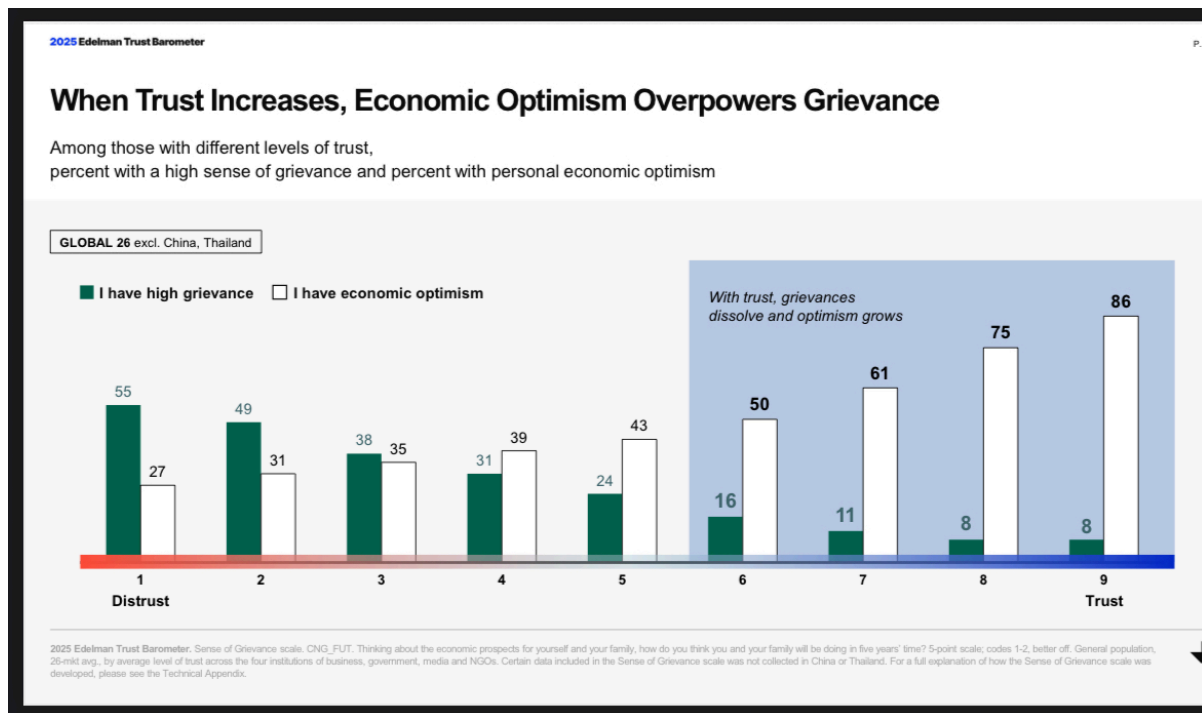


„Strach, że liderzy nas okłamują” na historycznym szczycie - od 2021 do 2025 skok obaw, że liderzy rządowi/biznesowi i dziennikarze „celowo wprowadzają w błąd”: +11/+12/+11 pp (do ~69–70%). Dane te potwierdzają narastające **poczucie systemowej manipulacji informacyjnej** i wpisują się bezpośrednio w założenia **Trust Collapse Theory**, ukazując, jak **utrata wiary w rzetelność autorytetów** przyczynia się do **erozji zaufania społecznego**. (Edelman Trust Barometer 2025, s. 10)



“Strach przed dyskryminacją” osiąga rekordowy poziom - odsetek osób obawiających się uprzedzeń, dyskryminacji lub rasizmu wzrósł o 10 punktów procentowych względem 2021 r., osiągając najwyższy poziom w historii badania. W 15 z 28 krajów odnotowano dwucyfrowe wzrosty, co wskazuje na globalne nasilenie poczucia zagrożenia nierównym traktowaniem i potwierdza

postępującą **erozję zaufania w relacjach społecznych**. (Edelman Trust Barometer 2025, s. 15)



Większe zaufanie sprzyja optymizmowi gospodarczemu - „When Trust Increases, Economic Optimism Overpowers Grievance” (Global 26) – wraz ze wzrostem zaufania **maleje poczucie krzywdy (z 55% do 8%)**, a **rośnie optymizm ekonomiczny (z 27% do 86%)**. Dane te potwierdzają, że **zaufanie jest bezpośrednim czynnikiem stabilizującym gospodarkę i nastroje społeczne**, co stanowi odwrotność zjawiska **Trust Collapse Effect**. (Edelman Trust Barometer 2025, s. 9)

Podsumowanie

Podstawą niniejszej koncepcji jest klasyczna teoria George’a Akerlofa „*The Market for Lemons*”, której znaczenie dla współczesnej ekonomii trudno przecenić. To właśnie po przeczytaniu jego pracy zrodziła się w mojej głowie idea **Trust Collapse Theory**, próba **adaptacji akerlofowskiego modelu asymetrii informacji**

do realiów XXI wieku, w których rynek i społeczeństwo funkcjonują w warunkach permanentnego przeciążenia informacyjnego oraz wszechobecnych manipulacji. Moja teoria nie tyle podważa założenia Akerlofa, ile **rozwija je i rozszerza na nowe obszary**, wprowadzając pojęcia **Adversary Selection** i **Trust Erosion Effect (TEE)** jako współczesne mechanizmy prowadzące do systemowej utraty zaufania. W ten sposób oddaję Akerlofowi należne uznanie – jego „rynek cytryn” stał się inspiracją do opisu tego, co dziś można nazwać „**rynkiem wiarygodności**”, na którym fałszywe informacje wypierają prawdziwe w podobny sposób, w jaki złe towary wypierały dobre.

Założeniami Trust Collapse Theory jest to że , **wzrost skali manipulacji informacyjnych** prowadzi do **globalnej erozji zaufania**, co przekłada się na **zawodność rynków i polaryzację społeczeństwa**. Dane z raportu **Edelman Trust Barometer** jednoznacznie wskazują, że zaufanie społeczne do instytucji, mediów i technologii systematycznie spada: w edycji z 2024 roku aż **61% respondentów uznało, że nie potrafi odróżnić prawdy od fałszu w przestrzeni medialnej**, a **66% uważa, że przywódcy społeczni i biznesowi celowo wprowadzają w błąd**. To dowód, że zjawisko **Trust Erosion Effect (TEE)** jest realne i narasta – zaufanie, które stanowi fundament zarówno gospodarki, jak i spójności społecznej, **ulega systemowemu zużyciu**.

Praktyczne skutki tej erozji widoczne są już dziś. Przykładem może być choćby **spadek zaufania na rynkach wtórnych**, takich jak OLX czy Vinted, gdzie coraz więcej użytkowników rezygnuje z zakupów lub wymaga nadmiernych zabezpieczeń transakcji, bo **boją się oszustw, fałszywych ofert i braku możliwości weryfikacji sprzedawcy**. Podobnie w sektorze inwestycyjnym – rośnie liczba ostrzeżeń przed zakupem złota, kryptowalut czy usług finansowych online, ponieważ **nadmiar dezinformacji doprowadził do stanu, w którym konsumenci zakładają z góry, że każdy może ich oszukać**. Tego rodzaju zjawiska nie są już pojedynczymi przypadkami, lecz symptomami głębszego procesu, ograniczając aktywność gospodarczą i hamując innowacyjność.

W tym ujęciu **Trust Collapse Theory (TCT)**, **Trust Erosion Effect (TEE)** można rozumieć dwojako:

Na poziomie **mikrospołecznym** jako proces indywidualnego wycofania z relacji zaufania, motywowanego nadmiarem fałszywych sygnałów; oraz na poziomie **makrospołecznym i makroekonomicznym** – jako efekt kumulacji tych zachowań,

który osłabia efektywność polityk publicznych, zaufanie instytucjonalne i dynamikę rynków.

W ten sposób TEE stanowi pomost między mikrodecyzjami jednostek a systemowym spowolnieniem zaufania w gospodarce.

Podobny mechanizm, choć opisany z innej perspektywy, odnajdujemy w **Reflexivity Theory** George'a **Sorosa** (1987), który wskazywał, że rynki finansowe nie odzwierciedlają rzeczywistości, lecz ją współtworzą poprzez błędne, samonapędzające się przekonania uczestników. Gdy zaufanie do informacji maleje, błędne narracje zaczynają kształtować faktyczny stan gospodarki, tworząc **pętlę sprzężenia zwrotnego** (*feedback loop*) między percepcją a rzeczywistością.

Z kolei **Akerlof i Shiller (2015)**, w pracy *Phishing for Phools*, pokazali, że gospodarka rynkowa naturalnie generuje pokusy manipulacji informacyjnej producenci, politycy i instytucje wykorzystują poznawcze słabości ludzi, aby kierować ich decyzjami w sposób dla siebie korzystny. Oba te ujęcia doskonale współgrają z **Trust Erosion Effect (TEE)**, ukazując, że utrata zaufania nie jest jedynie skutkiem dezinformacji, lecz elementem **dynamicznego cyklu samopotwierdzających się złudzeń i manipulacji**, w którym informacja staje się zarówno narzędziem, jak i ofiarą gry rynkowej.

Podsumowując, Trust Collapse Theory stanowi kontynuację i rozszerzenie myśli Akerlofa, przenosząc problem asymetrii informacji z poziomu transakcji rynkowych na poziom całych społeczeństw. Pokazuje, że w epoce dezinformacji i manipulacji „cytryna” staje się nie tylko produkt, ale prawda sama w sobie – a jej systematyczna dewaluacja może prowadzić do głębokich i trwałych negatywnych konsekwencji gospodarczych oraz społecznych.

Autor

Franciszek Krzysztof Włodarczyk

Źródła:

“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))

Słownik:

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**.

Controlled opposition a Adversary selection

czy to się nadaje na jakąś pracę/publikację?