

Jarosław Wichura

Opinia publiczna w społeczeństwie z informatyzowanym

Abstract: Public opinion in the information society

Modern developed societies are referred to as information societies. In information societies in the forefront of the industry slip out the acquisition and exploitation of knowledge. Information and knowledge are the most valuable commodity, but also the most dangerous weapon. Virtual, to a large extent, the information society in the end had to take a position on democracy and politics collide with the concept of civil society.

The article attempts to characterize the direction of changes that taking place in modern societies in the field of mass media and the public opinion. Author refers to the increasing importance of media in the social, political and economic aspects of human life.

Key words: public opinion, information society, new media, Internet

Współczesne rozwinięte społeczeństwa określa się mianem społeczeństw informacyjnych. Termin ten pochodzi z Japonii, a po raz pierwszy został użyty już w 1963 roku¹. W społeczeństwach informacyjnych na pierwszy plan wysuwa się sektor zajmujący się pozyskiwaniem i wykorzystywaniem wiedzy. Informacja i wiedza stają się najcenniejszym towarem, ale również najgroźniejszą bronią. Aby mówić o przekształceniu się populacji w społeczeństwo informacyjne, muszą współwystępować trzy zjawiska:

1. Informacja jest kategorią ekonomiczną, a produkcja i obieg informacji nabierają znamion działalności gospodarczej.
2. Wszystkie formy aktywności społecznej są wspierane przez techniki informacyjne.

¹ Z. Łęski, Z. Wieczorek: *Spoleczeństwo wirtualne*. W: *Internet a globalne społeczeństwo informacyjne*. Red. M. Sokołowski. Elbląg 2005, s. 13.

3. Zatrudnienie w sektorze informacyjnym przekracza 30% ogółu zatrudnionych².

Koncepcja społeczeństwa informacyjnego nie pojawiła się, co oczywiste, w próżni intelektualnej, wpisuje się ona w ten nurt refleksji socjologiczno-politologicznej, w którym podejmuje się próby zdefiniowania i scharakteryzowania współcześnie istniejących zbiorowości. Wydaje się, że u źródeł koncepcji społeczeństwa informacyjnego leży teoria determinizmu technologicznego oraz ewolucjonizmu naukowego, której zwolennicy zafascynowani zdobyczami technologicznymi podkreślali, że wymuszają one fundamentalne i nieodwracalne zmiany w kulturze i instytucjach społecznych³.

Jest rzeczą zmienną, że koncepcja „ładu informacyjnego” (międzynarodowego bądź światowego) nie wywarła w gruncie rzeczy większego wpływu na teoretyczne rozważania dotyczące społeczeństwa informacyjnego. Benjamin R. Barber zauważa, iż „technologie komunikacyjne mogą umacniać społeczeństwo obywatelskie, ale umożliwiają także obserwację i nadzór na niespotykaną dotąd skalę, mogą zostać użyte do manipulowania informacją i do jej krepowania równie dobrze, jak do zapewnienia do niej dostępu”⁴. Stąd już krok do tezy Jürgena Habermasa⁵, iż obecnie rządy i podmioty gospodarcze bardzo dbają o rzetelne i użyteczne dla siebie informacje, ale obywatele mają coraz mniej możliwości korzystania z informacji publicznej oraz wyrażania swoich opinii na forum publicznym. Według badacza nie można już dzisiaj sensownie mówić o wolności prasy, gdyż została ona zawłaszczona przez korporacje kapitałowe. Środki przekazu to wielkie kapitalistyczne przedsiębiorstwa, które do własnych celów dokonują manipulacji opinią publiczną, umiejętnie korumpując dziennikarzy i kupując środki przekazu.

Wirtualne, w dużej mierze, społeczeństwo informacyjne musiało w końcu zająć stanowisko wobec demokracji i polityki, zderzając się z koncepcją społeczeństwa obywatelskiego. Technologie informacyjne mogą oczywiście umacniać takie społeczeństwo, ale jednocześnie umożliwiają obserwację i nadzór nad obywatelem, mogą być użyte do manipulowania informacją i jej krepowania⁶.

Zjawisko Internetu zmusiło do zastanowienia się na tym, czy będzie on sprzyjał demokracji, czy podniesie jej poziom, czy też wręcz przeciwnie —

² W. Cwalina: *Generacja Y — ponury mit czy obiecująca rzeczywistość*. W: *Internet. Fenomen społeczeństwa informacyjnego*. Red. T. Zasepa. Częstochowa 2001, s. 30.

³ J. Sobczak: *Dylematy społeczeństwa informacyjnego*. W: *Oblicza Internetu. Internet w przestrzeni komunikacyjnej XXI wieku*. Red. M. Sokołowski. Elbląg 2006, s. 14.

⁴ B.R. Barber: *Dżihad kontra McŚwiat*. Przeł. H. Jankowska. Warszawa 2000, s. 346.

⁵ J. Habermas: *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge 1989, s. 5—10.

⁶ B.R. Barber: *Dżihad kontra McŚwiat...*, s. 346.

stanie się nowym narzędziem zniewolenia człowieka. W literaturze stopniowo kształtowano pogląd, że Internet doprowadzi do powstania wyjątkowo silnego państwa, scentralizowanego, w którym rząd dysponuje praktycznie nieograniczonymi możliwościami kontroli obywateli. W państwie takim miałyby dojść do ograniczenia większości praw człowieka i zniechęcenia do inicjatyw obywatelskich. Według innego scenariusza, zalew informacji doprowadzi do zerwania wszelkich więzi społecznych i uniemożliwi kierowanie społeczeństwem, a nawet państwem. Oczywiście, w literaturze kreślone są też scenariusze optymistyczne. Dzięki technologiom informacyjnym społeczeństwo miałyby stać się bardziej zamożne, mobilne, w większym zakresie korzystające ze zdobyczy cywilizacyjnych w stale rozszerzającym się wolnym czasie⁷.

Nie można wykluczyć, że Internet stanie się środkiem sprzyjającym demokracji bezpośredniej, ale niewątpliwie umożliwić także może manipulację głosami wyborców i stymulowanie ich poglądów. Rozczarowanie do realnego świata może powodować, i już powoduje, ucieczkę od rzeczywistości. Dotąd pozwalały na to jedynie marzenia, książki bądź filmy, ostatnio gry komputerowe. Dziś sfrustrowany rzeczywistością użytkownik Internetu może przenieść się do wirtualnego państwa, być jego władcą, cesarzem, wydawać akty normatywne, prowadzić wojny, zawierać sojusze⁸. Zjawisko to, dotąd niedostrzegane, nieanalizowane przez politologów, socjologów, psychologów i prawników, zdaje się świadczyć o tym, że olbrzymie pokłady ludzkiej aktywności nie znajdują ujścia, tak że jednostka musi szukać rozładowania swych ambicji poza realnością.

Zjawisko społeczeństwa informacyjnego, a ściślej biorąc — jego „stawanie się”, jest fenomenem zaistniałym w płaszczyźnie kultury i świadomości społecznej, oddziałuje ono jednak na sferę zarówno polityczną, jak i gospodarczą oraz prawną. Tworzeniu się społeczeństwa informacyjnego towarzyszy zjawisko globalizacji⁹. Opisując je, zwraca się zwykle uwagę na jego wymiar polityczny, gospodarczy i militarny, zapominając, że u jego podstaw leży ważniejszy chyba wymiar kulturowy, któremu sprzyja nowoczesna technika. Szybkość rozprzestrzeniania się informacji powoduje, że zmienia się postrzeganie świata przez większą część populacji ludzkiej. Wydaje się, że większość mieszkańców globu odnosi wrażenie, że zmieniła się istota czasu i przestrzeni¹⁰.

⁷ K. Krzysztofek: *Polityka i demokracja w społeczeństwie informacyjnym. Wizje „Cyberdemokracji”*. W: *Droga do społeczeństwa informacyjnego*. Red. J. Lubacz. Warszawa 1999, s. 79—99.

⁸ J. Sobczak: *Dylematy społeczeństwa informacyjnego...*, s. 20.

⁹ K. Gilarka: *Państwo narodowe a globalizacja — dynamika powstawania nowego ładu*. Toruń 2003, s. 39.

¹⁰ A. Giddens: *The Third Way. The Renewal of Social Democracy*. Cambridge 1998, s. 27.

Sieć cybernetyczna powoduje, że czas i przestrzeń tracą swoją ważność. Najistotniejsze jest to, że informacja staje się dostępna w tym samym momencie praktycznie na całym świecie. Towarzyszy temu fragmentacja kontaktów komunikacyjnych. Ludzie, pochłaniając coraz większą liczbę informacji, nie mają czasu ich „przetrawić”. Odbierają informacje indywidualnie, co paradoksalnie ogranicza ich możliwości dzielenia się nimi i komentowania w grupach, w których społecznie na co dzień egzystują¹¹.

Próba współczesnego przededefiniowania pojęcia opinii publicznej

Klasyczne koncepcje opinii publicznej, pochodzące jeszcze z XX wieku, wymagają przewartościowania w związku ze zmianami społecznymi i technologicznym, jakie zaszły na przełomie XX i XXI wieku. Uchwycenie istoty przeobrażeń opinii publicznej pod wpływem zmian społeczno-technologicznych nie jest zadaniem prostym, jeżeli weźmie się pod uwagę wcześniejsze próby poszukiwawcze w tym zakresie.

Jak zauważa w swoich pracach Stanisław Michalczyk¹², zmiany społeczno-technologiczne zachodzą we wszystkich istotnych płaszczyznach życia: zarówno na płaszczyźnie mikro- (a więc na poziomie jednostki), mezo- (na poziomie życia organizacyjno-stowarzyszeniowego), jak i makro- (na poziomie całego społeczeństwa). Maleje rola rodziny, statusu społecznego oraz religii, a jednocześnie powstają nowe formy życia społecznego i organizacji. Znaczenia nabierają kolejno praca, wykształcenie, prawo, konsumpcja i moda. Personalizację potęgują także indywidualne możliwości odbioru mediów (Internet, CD, DVD). Istotny wpływ uzyskali tak zwani aktorzy „nieetatowi” w postaci nowych ruchów społecznych, organizacji pozarządowych, grup zawodowych i inicjatyw obywatelskich, ruchów feministycznych czy homoseksualnych.

Kwestią sporną obecnie jest także, czy opinię publiczną można traktować jako prostą sumę opinii indywidualnych, czy też nie. Opinia publiczna to produkt wzajemnego oddziaływania grup społecznych, zawierający zespoły wzorów przeciwstawnych poglądów i stanowisk na temat określonych spraw, podporządkowujący reakcje tych, którzy uczestniczą w procesie jego kształ-

¹¹ P. Sitorski: *Rozmowa z cyfrowym cieniem. Model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej*. Kraków 2002, s. 43—74.

¹² S. Michalczyk: *Demokracja medialna. Teoretyczna analiza problemu*. Toruń 2010, s. 191.

towania¹³. Ujęcie to wskazuje na powszechną współcześnie tendencję do traktowania opinii publicznej nie jako prostej sumy opinii indywidualnych, ale raczej relacji między nimi, wynik ścierania się różnych postaw i poglądów. Wypada zatem sądzić, iż swoistą cechą opinii publicznej jest to, że dotyczy przede wszystkim potrzeb społecznych albo „multiindywidualnych”, a więc spraw, w których krzyżują się lub zbiegają interesy wielu osób¹⁴.

Układ sieci wskazuje na to, że przestrzeń globalna zaczęła górować nad tradycyjną logiką miejsca, zarówno w sensie psychicznym (myślenie), jak i fizycznym (rzeczywistość). Zmiany te mają wpływ na polityczną opinię publiczną, w związku z czym tworzy się pewnego rodzaju kultura alternatywna, którą hiszpański socjolog Manuel Castells nazwał *counterculture*¹⁵. Jak zauważa autor, jej źródłem są nowe i dawne ruchy społeczne, użytkowanie nowych mediów oraz sukces polityki symbolicznej w medialnej opinii publicznej.

Powstające współcześnie, dzięki nowym mediom i nowym technologiom komunikacyjnym, nowe opinie publiczne mają swoje techniczne i społeczne aspekty. Powstają nowe przestrzenie komunikacyjne, jak na przykład czaty. Zmieniają się także struktury społeczne, powstają różnego typu społeczności wirtualne, portale społecznościowe, zamiast z komunikacją *many-to-many*, mamy do czynienia z komunikacją *one-to-one*. Na znaczeniu zyskuje także interaktywność w cyberprzestrzeni. Powoduje to powstawanie różnego rodzaju grup wewnętrznych i zewnętrznych, aktorów włączonych i wyłączonych.

Fakt doniosłej roli, jaką we współczesnym świecie odgrywa Internet, jest w pełni uzasadniony. Media elektroniczne i serwisy społecznościowe wyposażają obywateli i instytucje społeczeństwa obywatelskiego w różnorodne narzędzia wymiany informacji i mobilizowania się, dostarczają rozwiązań, dzięki którym każda osoba może przedstawić własną opinię, wyrazić protest. W ten sposób przyczyniają się do wzrostu politycznego zaangażowania obywateli i rozwoju demokracji¹⁶. Nowe technologie informacyjne głęboko przekształcają współczesną kulturę polityczną. W XXI wieku społeczeństwo obywatelskie funkcjonuje, opierając się na Internecie i innych rozwiązaniach komunikacyjnych, a to ze względu na ich rozwiniętą infrastrukturę, ale także ze względu na to, że nowe technologie stają się załączkiem społecznego dialogu. Teza ta sprawdza się zwłaszcza w krajach, w których obowiązuje daleko posunięta cenzura wydawnictw i innych środków masowego przekazu. Technologia umożliwia

¹³ S. Kuśmierski: *Świadomość społeczna — opinia publiczna — propaganda*. Warszawa 1987, s. 211.

¹⁴ Cz. Mojsiewicz: *Rola opinii publicznej w polityce*. Poznań 1999, s. 29.

¹⁵ M. Castells: *Społeczeństwo sieci*. Przekł. i red. nauk. M. Marody. Warszawa 2010, s. 124.

¹⁶ P.N. Howard: *The Lasting Impact of Digital Media on Civil Society*. „eJournal USA” 2010, No 15 (1), s. 10—12.

zaistnienie nowych i ważnych środków politycznie zaangażowanej komunikacji, a tym samym przyzwyczajają obywateli do demokratycznego stylu myślenia i działania.

Internet, jako esencja i istota nowych mediów, staje się tematem obszernie dyskutowanym dziś w literaturze. Stanowi otwarte dla każdego źródło wiedzy, którego możliwości wciąż wydają się nieznane i nie w pełni wykorzystane. Warto w tym miejscu wskazać na dwa stanowiska odnoszące się do Internetu: optymistyczne i pesymistyczne.

Stanowisko optymistyczne pozwala dostrzegać pozytywny wpływ Internetu na opinię publiczną i społeczeństwo. Dzięki interaktywności i decentralizacji nie tylko powiększa się publiczność, ale także dyskusja podnosi się na wyższy poziom. Zmniejsza się znacznie możliwość selekcji nadawczej, przez co wyraźniej można definiować i artykułować interesy pojedynczych obywateli, do obiegu wchodzi też więcej tematów. Przełamany zostaje tradycyjny jeszcze do niedawna podział na nadawców i odbiorców¹⁷.

Z kolei w stanowisku pesymistycznym akcentuje się, że nowe media powodują wykluczenie dużych grup ludzi biedniejszych, słabiej wykształconych i tym samym różnicują społeczeństwo. Powstaje „informacyjna luka wiedzy”. Przyrost informacji na dłuższą metę zwiększa nierówność społeczną, demokratyzacja informacji powoduje w efekcie dysproporcje w wiedzy, „pogłębia różnice między zasobnymi w informacje i niedoinformowanymi członkami społeczeństwa. A zatem pojawia się ważki problem społeczny — podziału ludzi na poinformowaną elitę i niedoinformowaną większość”¹⁸. Co więcej, nowe media oznaczają wprawdzie więcej informacji i wiadomości, ale niekoniecznie więcej wiedzy. Wprowadzane w mediach tematy nie zawsze są ważne i odpowiednie. Nowe media pochłaniają także sporo naszego czasu i środków, a aktywność koncentruje się na rozrywce i odpoczynku zamiast na informacji.

W latach siedemdziesiątych ubiegłego stulecia przyspieszenia nabral proces kształtowania się transnarodowych opinii publicznych. Zadano wówczas sobie pytanie: Czy istnieje międzynarodowa opinia publiczna? Według wielu teoretyków opinia publiczna ma mieć na arenie międzynarodowej większą siłę niż rządy i tajna dyplomacja. Jak podkreśla Michael Kunczik¹⁹, istnieje kilka warunków wstępnych, aby uznać międzynarodową opinię publiczną za istotny czynnik: jednostki w kilku państwach muszą zwrócić uwagę na konkretne wydarzenie, muszą mieć także środki, aby się z sobą komunikować, musi istnieć także mechanizm, dzięki któremu wspólne poglądy i postawy mogą zostać wyrażone w działaniu.

¹⁷ L. Grossman: *The Electronic Republic*. New York 1995, s. 46.

¹⁸ J. Gajda: *Środki masowego przekazu w wychowaniu*. Lublin 1988, s. 21.

¹⁹ M. Kunczik: *Images of Nations and International Public Relations*. Bonn 1992, s. 115.

Internacjonalizacja opinii publicznej wiąże się z trzema zjawiskami: po pierwsze, z rozwojem komunikowania międzynarodowego za pośrednictwem mediów, ale również interpersonalnych kontaktów jednostek; po drugie, z rozwojem międzynarodowej cyrkulacji produktów i treści medialnych, na przykład powstanie międzynarodowych koncernów medialnych; po trzecie, z rozwojem oferty kulturalnej i artystycznej mającej globalny charakter (filmy, sport). Opinie transnarodowe to także rezultat rozprzestrzeniania się społeczeństw obywatelskich i rozwoju mediów alternatywnych. W literaturze zwraca się uwagę na to, że szybkiemu rozwojowi procesów integracyjnych nie towarzyszy równie szybkie kształtowanie się europejskiej opinii publicznej wraz ze wszystkimi swoimi funkcjami dyskursywnymi, integracyjnymi i kontrolnymi²⁰.

Wykorzystanie zjawiska międzynarodowej opinii publicznej przyniosło już w kilku wypadkach wymierne efekty, na przykład w sprawie zwalniania więźniów politycznych, zabijania fok, ignorowania towarów pochodzących z Francji w czasie przeprowadzania prób atomowych na atolu Mururoa. Politycy zdają sobie sprawę z siły trudnego jednak do zdefiniowania zjawiska międzynarodowej opinii publicznej i starają się ją uwzględniać, a także wpływać na jej kształtowanie zgodnie z celami własnych rządów. Świadomość taką mają również terroryści, przygotowujący akcje tak, aby zainteresować nimi międzynarodowe media²¹.

Z istnieniem międzynarodowej opinii publicznej zgadza się także Czesław Mojsiewicz²². Autor podkreśla, że dyskusja nad europejską, czy nawet światową, opinią publiczną skorelowana jest z kampaniami w sprawie przestrzegania praw człowieka, praw mniejszości etnicznych czy religijnych. Na międzynarodową opinię publiczną wpływają takie organizacje, jak Amnesty International czy Greenpeace. Na opinię publiczną wpływają także niektóre gazety i czasopisma o ustalonej renomie, wydawane w USA, Wielkiej Brytanii, RFN, Francji. Ich opinie często powtarzają inne media w wielu krajach. Dotyczy to również stacji telewizyjnych w rodzaju amerykańskiego CNN. Można spotkać się z widocznym przejawem wpływu na opinię publiczną. Są to protesty przeciwko próbom nuklearnym, przeciwko więzieniu bojowników o prawa człowieka czy też w związku z innymi działaniami zagrażającymi człowiekowi. Możemy więc powiedzieć, że istnienie opinii publicznej w niektórych ważkich sprawach znajduje swoje odbicie w demonstracjach publicznych w wielu krajach.

²⁰ S. Michalczyk: *Spoleczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego*. Katowice 2008, s. 214–261.

²¹ B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ociepka: *Teoria i praktyka propagandy*. Wrocław 1999, s. 79.

²² Cz. Mojsiewicz: *Rola opinii publicznej...*, s. 19.

Zagrożenie dla „bezpieczeństwa informacji”

Wśród wielu zagrożeń, które zdominowały początek XXI wieku, należy wyartykułować przede wszystkim zagrożenie dla „bezpieczeństwa informacji”. Mówiąc prościej, postępujący na całym świecie proces digitalizacji obecny jest praktycznie w każdym obszarze działania człowieka. Należy jednak zwrócić uwagę na to, że nie jest to zjawisko nowe, nasiliło się bowiem i przybrało cechy globalne.

Warto w tym miejscu przedstawić pojmowanie pojęcia „walka informacyjna”. Jeżeli chodzi o polskich specjalistów, to na uwagę zasługuje definicja Leopolda Ciborowskiego, według którego „walka informacyjna to kooperacja wzajemnie negatywna, przynajmniej dwupodmiotowa, realizowana w sferach: zdobywania informacji, zakłócania informacyjnego i obrony informacyjnej, gdzie działaniu jednej strony przyporządkowane jest przeciwdziałanie strony drugiej”²³.

Walka informacyjna w sferze ekonomicznej obejmuje wiele przedsięwzięć mających wpływ na gospodarkę w szerokim tego słowa znaczeniu. Przykładem niech będzie manipulacja indeksami giełdowymi lub zmiana kursu walut, co może doprowadzić do krachu systemu bankowego danego państwa. Oddziaływanie to obejmuje także urządzenia energetyczne, systemy transportowo-komunikacyjne, systemy kontroli ruchu powietrznego lub systemy kolejowe, dystrybucję paliw i żywności czy produkcji leków.

Wojna informacyjna jest produktem nieuniknionego procesu globalizacji, w którym w sposób trudno przewidywalny ścierają się ludzkie interesy, głównie w sferach: ekonomicznej, politycznej, ideologicznej oraz religijnej. Jej celem najczęściej jest niszczenie przeciwstawnych stron — także niewinnych ludzi, jak również ważnych części infrastruktury państwa, w których toczy się tego typu walka. Niszczenie przywódców przeciwstawnych stron lub niewinnych ludzi nie musi mieć charakteru fizycznego i bezpośredniego. Może dotyczyć na przykład sfery psychicznej, politycznej czy ekonomicznej²⁴.

Andrzej Żebrowski wskazuje na kategorie, które znajdują się w obszarze oddziaływania walki informacyjnej. Wymienia kolejno:

1. Praca — do jakiego stopnia praca może być wykonywana w domu z użyciem nowych technologii, tak zwana telepraca.
2. Zatrudnienie — do jakiego stopnia bezrobocie i zatrudnienie jest kształtowane przez wprowadzenie nowych technologii.

²³ L. Ciborowski: *Walka informacyjna*. Toruń 1999, s. 187.

²⁴ D. Strasburger: *Walka informacyjna w wojnie asymetrycznej*. W: *Informacja w walce zbrojnej*. Red. G. Nowacki. Warszawa 2002, s. 163.

3. Jakość życia — do jakiego stopnia jakość życia poprawia się dzięki nowej telekomunikacji i komputeryzacji.
4. Dostęp — do jakiego stopnia dostęp do informacji jest ułatwiony dzięki nowej telekomunikacji i komputeryzacji.
5. Cenzura — do jakiego stopnia kontrola informacji jest ułatwiona lub utrudniona przez nowe formy telekomunikacji i komputeryzacji.
6. Równość — czy nowe formy telekomunikacji i komputeryzacji czynią społeczeństwo równiejszym, czy bardziej zróżnicowanym.
7. Prywatność — czy nowe formy telekomunikacji i komputeryzacji naruszają prywatność.
8. Implikacje polityczne — czy nowe formy telekomunikacji i komputeryzacji pomagają demokracji i redukują totalitaryzm i autorytaryzm²⁵.

Wymienione kategorie nie tworzą katalogu zamkniętego, gdyż postęp cywilizacyjny wskaże nowe obszary, które znajdują się w zainteresowaniu i aktywnym oddziaływaniu walki informacyjnej. Dlatego warto zwrócić uwagę na problemy dotyczące dostępu do informacji, cenzury, prywatności i implikacji politycznych, ponieważ te kategorie w związku z istniejącymi zagrożeniami będą miały wpływ na ograniczenie praw człowieka, gdzie polityka stanie się dominującym komponentem.

Od struktury hierarchii do struktury sieci

Internet stanowi dziś tkankę naszego życia i bazę dla nowej struktury organizacji, czyli struktury sieci. Historia ludzkiej cywilizacji opiera się na hierarchicznej, piramidalnej wręcz strukturze organizacji, począwszy od armii rzymskiej, poprzez Kościół katolicki, wyższe uczelnie, a skończywszy na strukturach przedsiębiorstw prywatnych i państwowych. Hierarchię władzy, a także przepływ informacji zawsze charakteryzował kierunek od szczytu piramidy ku dołowi, od generała, prezesa zarządu do szeregowych pracowników czy żołnierzy. Powstaje zatem pytanie: Dlaczego struktura piramidy pod koniec XX wieku stała się anarchiczna? Powodów owego stanu rzeczy jest kilka:

- sformalizowane struktury centralne zostały zastąpione mniejszymi, zdecentralizowanymi strukturami nieformalnymi;
- społeczeństwo działające na podstawie zimnej, bezosobowej hierarchii biurowej stało się coraz bardziej uciążliwe w sytuacji wprowadzania na masową skalę nowych technologii;

²⁵ A. Żebrowski: *Spoleczeństwo informacyjne — szanse i zagrożenia*. W: *Media i społeczeństwo. Nowe strategie komunikacyjne*. Red. M. Sokołowski. Toruń 2008, s. 161.

— dla młodych i wykształconych pracowników idea hierarchii i piramid była czymś obcym, nienaturalnym²⁶.

W efekcie przedstawionych aspektów — typowych nie tylko dla gospodarki USA, ale coraz bardziej powszechnych w społeczeństwie polskim — zaczęliśmy się przekonywać, że wiara w ideał struktury piramidalnej została odrzucona. Wielu ludzi przekonało się, iż aktualnych problemów społecznych nie można rozwiązać w świecie zorganizowanym według zasad hierarchicznych. Należy sobie uświadomić, że nie da się nadal funkcjonować w społeczeństwie opartym na hierarchii, gdyż ta forma w społeczeństwie informacyjnym zupełnie się zdezaktualizowała.

Tomasz Goban-Klas podkreśla, że pojęcie „sieć” obejmuje coś więcej niż fizyczne urządzenia do transmisji danych. Główną ich cechą jest wzajemne powiązanie typu: „każdy z każdym”, co zaciera granice między komunikowaniem interpersonalnym a masowym oraz publicznym a prywatnym. Sieci globalne są sieciami komunikowania — mediami, które łączą jednych ludzi z innymi, jak na przykład ogólnoswiatowa sieć telefoniczna łącząca ludzi z sobą na niespotykaną skalę²⁷. Znaczenie sieci opartych na Internecie wykracza daleko poza ramy jej użytkowników. John Naisbitt definiuje sieci jako rozmawiających z sobą ludzi, którzy dzielą się pomysłami, informacjami, zasobami. Jego zdaniem w tworzeniu sieci ważna jest nie tyle sama sieć, ile jej końcowy i ostateczny rezultat, czyli proces jej tworzenia, komunikacja ustanawiająca związki między ludźmi²⁸.

M. Castells słusznie zauważa, iż ludzie od dawna korzystali z sieci, jednak w naszych czasach zyskały one nową jakość, ewoluując w sieci informacyjne, których główną siłą napędową stanowi Internet²⁹. Tworzenie sieci dokonuje się za pośrednictwem konferencji, książek, rozmów telefonicznych, gazet itp. Wtedy to organizujący się wokół jakiejś sprawy ludzie tworzą niebiurokratyczną strukturę, która jest bardzo skuteczną formą strukturalną.

Na podstawie analiz J. Naisbitta wśród głównych zalet sieci jako struktury społecznej organizacji można wymienić:

- elastyczność i łatwość dostosowywania się do wymogów;
- oferowanie tego, czego nie może zapewnić biurokracja, czyli powiązania pionowe;
- charakter egalitarny;
- centralne usytuowanie w sieci osób, które się w niej poruszają, korzystają z niej;

²⁶ J. Naisbitt: *Megatrendy. Dziesięć nowych kierunków zmieniających nasze życie*. Przeł. P. Kwiatkowski. Poznań 1997, s. 232.

²⁷ T. Goban-Klas: *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa—Kraków 1999, s. 293.

²⁸ J. Naisbitt: *Megatrendy. Dziesięć nowych kierunków...*, s. 235.

²⁹ M. Castells: *Galaktyka Internetu*. Przeł. T. Hornowski. Poznań 2003, s. 11.

- ułatwianie samopomocy;
- zapewnianie lepszego (szybszego) obiegu informacji;
- polepszanie wydajności pracy i jakości życia zawodowego;
- niwelowanie nacisku na pięcie się w górę i rywalizację, powodujące stres (w sieci ludzie dążą do wzmacniania innych, a nie udowadniania wyższości);
- poprawność socjologiczna, stanowiąca ludzki równoważnik poprawnej technologii³⁰.

Należy zauważyć, iż sieci są nieskończenie bardziej złożone od struktury hierarchicznej, gdyż są trójwymiarowe. Konfiguracje, formy wielokierunkowych stosunków społecznych w wypadku sieci będą niemal nieograniczone i zależą od nas samych. Struktura interesów definiowana jako charakterystyczny dla grupy czy organizacji rozkład szans dostępu jej członków do społecznie cenionych dóbr będzie w wypadku struktury opartej na sieci zawsze taka sama.

Nie powinniśmy jednak bezrefleksyjnie zachwycać się zaletami sieci, gdyż mogą one separować nas od realnego świata, przysyłając to, co rzeczywiste. Według Clifforda Stolla być może mamy do czynienia z techniką preferującą życiową bierność, umniejszającą wartość prawdziwych przeżyć — „to nierealny wszechświat, organizm utkany z nicości”³¹.

Jak słusznie zauważa Charles Jonscher, największą machiną, jaką kiedykolwiek zbudowano, nie są superkomputery stworzone dla Pentagonu, nie są to też urządzenia korzystające z energii jądrowej czy akcelerator cząstek, ale coś tysiącokrotnie przekraczającego owe dokonania — jest to ogólnoswiatowa sieć telekomunikacyjna³². Zdaniem badacza, za ulotną naturą sieci, która jest raczej sztuką koordynacji i standaryzacji niż konstrukcji, kryją się tajemnice jej sukcesów i problemów.

Analitycy sieci społecznych starają się opisać relacje w sieci jak najpełniej, próbują nakreślać wzory w takich sieciach, wskazywać na strumienie informacji, które przez nie przepływają, i odkrywać, jakie to może mieć skutki w relacjach pomiędzy ludźmi i organizacjami. Badaczy interesuje, jak przebiegają interakcje, na przykład gdzie można określić rdzeń sieci, a gdzie peryferie, dokonują analizy, jak zaangażowanie w takich sieciach społecznych pomaga wyjaśnić zachowanie i nastawienie członków sieci.

Pośród głównych elementów konstytutywnych dla sieci Barry Wellman wymienia: zasięg, centralność i rolę³³.

³⁰ J. Naisbitt: *Megatrendy. Dziesięć nowych kierunków...*, s. 237—240.

³¹ C. Stoll: *Krzemowe remedium. Garść rozważań na temat infostrady*. Przeł. T. Hornowski. Poznań 2000, s. 15.

³² Ch. Jonscher: *Życie okablowane*. Przeł. L. Niedzielski. Warszawa 2001, s. 295.

³³ L. Garton, C. Haythornthwaite, B. Wellman: *Studying Online Social Networks*. In: *Doing Internet Research*. Ed. S. Jones. Thousand Oaks 1999, s. 75.

Zasięg. Sieci społeczne mogą różnić się między sobą rangą, wielkością i różnorodnością. Większe sieci są bardziej heterogeniczne w społecznych charakterystykach swych członków i bardziej złożone w strukturze. Małe sieci są raczej homogeniczne, charakterystyczne dla tradycyjnych grup społecznych. Sieci stają się bazą służącą egzystowaniu społeczności zwanych wirtualnymi, o cechach innych niż tradycyjne formy społeczne.

Centralność. Analiza sieci społecznych rozwinęła miary centralności, które mogą być użyte do identyfikacji członków sieci, mających związki z innymi w wysokim stopniu lub z tymi, których odejście spowodowałoby rozpadnięcie się sieci w tak zwane *cut points*.

Role. Podobieństwo pomiędzy członkami sieci sugeruje sama obecność w sieci. Regularność we wzorach relacji w sieci lub w zachowaniach sieciowych pozwala na empiryczną identyfikację sieciowych ról. Kiedy sieć komputerowa łączy ludzi lub organizacje, tworzy jednocześnie sieci społeczne — analogicznie jak w sieci komputerowej, która łączy z sobą komputery. Taka sieć społeczna łączy ludzi relacjami społecznymi, do jakich należą: przyjaźń, kooperacja, wymiana informacji. Charakter powiązań pomiędzy ludźmi może być różnorodny i dotyczyć przepływu informacji, pieniędzy, dóbr, usług, wpływu, uczuć, szacunku, prestiżu i innych, które wiążą aktorów społecznych z sobą.

Jeśli mówimy o sieci, warto odnieść się do największej z nich — Internetu. Wielu badaczy zastanawia się nad kwestią, jak komunikacja CMC (*computer-mediated-communication*) wpływa na indywidualne wybory użytkowników Internetu, w jaki sposób dwie osoby komunikują się z sobą drogą online oraz jak małe grupy funkcjonują w środowisku online. Komunikacja za pośrednictwem komputera staje się coraz bardziej powszechna, stąd tak wielkie zainteresowanie badaczy tą problematyką. Jak zauważa Erik Davis, Internetem rządzi wielość, gdyż składa się nań wiele mediów, nie ma on centrum, lecz horyzontalne połączenia, które umożliwiają kontakt pomiędzy różnymi sieciami, niezależnymi programami³⁴.

Dostęp do Internetu w Polsce

Korzystanie z Internetu w Polsce jest coraz bardziej powszechne. Jak zaznacza Michał Wenzel³⁵, bariery tego rozwoju to przede wszystkim ograni-

³⁴ E. Davis: *TechGnoza, Mit, magia + mistycyzm w wieku informacji*. Przeł. J. Kierul. Poznań 2002, s. 408.

³⁵ M. Wenzel: *Społeczeństwo informacyjne. W: Polska — Europa — Świat. Opinia publiczna w okresie integracji*. Red. K. Zagórski, M. Strzeszewski. Warszawa 2005, s. 343.

czona dostępność komputerów, a w dalszej kolejności — niemożność przyłączenia do sieci, również wysoki koszt połączeń z Internetem. Stan ten jednak z roku na rok się poprawia, coraz więcej osób posiada własny komputer z połączeniem internetowym.

Jak zauważa CBOS³⁶ w komunikacie z 2010 roku, komputer osobisty w swoim gospodarstwie domowym ma już 2/3 Polaków (66%). Prawdopodobieństwo wyposażenia gospodarstw domowych respondentów w komputer i dostęp do Internetu jest tym większe, im są oni młodsi, lepiej wykształceni, a także im lepsza jest ich sytuacja materialna. Posiadanie w gospodarstwie domowym dostępu do Internetu jest relatywnie rzadsze na wsi niż w miastach. Ponad 2/3 korzystających z komputera (69%) używa go do pracy zawodowej lub nauki, a niemal wszyscy (94%) — do celów niezwiązanych z pracą i nauką. W obu tych grupach przeważają osoby, które korzystają z komputera codziennie. Niezależnie od zastosowań, codzienni użytkownicy komputera stanowią 70% wszystkich korzystających, czyli ponad 1/3 ogółu dorosłych (37%).

Z badań CBOS wynika także, że z Internetu korzysta obecnie ponad połowa dorosłych Polaków (51%). Korzystanie z Internetu zależy od tych samych cech społeczno-demograficznych, co korzystanie z komputera — grupy te niemal w pełni się pokrywają (92% użytkowników komputera to internauci i właściwie wszyscy internauci używają komputerów). Przystępność Internetu najsilniej określa wiek. Niezależnie od innych czynników korzystanie z sieci jest niemal powszechne wśród najmłodszych dorosłych. Internauci stanowią co najmniej 2/3 respondentów mających nie więcej niż 44 lata. Najstarsi badani tylko sporadycznie łączą się z siecią. Wielkość miejscowości zamieszkania w zasadzie nie różnicuje korzystania z Internetu, jeśli jest to miasto — niezależnie od jego wielkości Internetu używa przynajmniej 56% mieszkańców. Na wsi ten odsetek jest znacznie niższy (38%).

Należy jeszcze podkreślić, że gospodarstwa domowe w Polsce są wyposażone w nowoczesny sprzęt elektroniczny i telekomunikacyjny przynajmniej tak dobrze jak na Węgrzech, lecz gorzej niż w Czechach. Na Węgrzech odsetek badanych jest prawie taki sam jak w Polsce, jednak zdecydowanie mniej osób w naszym kraju ma dostęp do Internetu. W Czechach wyraźnie więcej jest gospodarstw domowych wyposażonych w komputer, częściej też są one podłączone do sieci internetowej. W trzech wymienionych krajach proporcjonalnie najwięcej internautów jest w Czechach. Odsetek Polaków i Węgrów korzystających z Internetu (sieci WWW lub poczty elektronicznej) jest zbliżony³⁷.

³⁶ M. Feliksiak: *Korzystanie z komputerów i Internetu. Komunikat z badań*. BS/79/2010, CBOS Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa, czerwiec 2010 [http://eregion.wzp.pl/var/cms_files/obszary_wykresy/si/2011/korzystanie_z_komputerow_i_Internetu_CBOS.pdf (dostęp: 23.07.2011)].

³⁷ M. Wenzel: *Społeczeństwo informacyjne. W: Polska — Europa — Świat...*, s. 347—348.

Rola opinii w społeczeństwie informacyjnym

Informacja oraz narzędzia jej gromadzenia i przekazywania są kluczowym problemem w koncepcji opinii publicznej i punktem wyjścia koncepcji społeczeństwa informacyjnego. Punkt styczny obu koncepcji w wymiarze normatywnym dobrze ujmują słowa B.R. Barbera, który stwierdził, że „nie ma odpowiedzialnego realizowania idei obywatelstwa bez dostępu do informacji”³⁸.

Zarówno krytycy, jak i zwolennicy koncepcji społeczeństwa informacyjnego zakładają, że informacja sama w sobie jest wartością — jej posiadanie stanowi źródło postępu i rozwoju społeczeństw, a jej brak prowadzi do względnego upośledzenia i zacofania. Podobnie odczytywana jest rola informacji w koncepcji opinii publicznej — informacja bowiem jest podstawowym czynnikiem warunkującym skuteczne i przede wszystkim sensowne uczestnictwo obywateli w systemie społeczno-politycznym, dostęp do niej z kolei przesądza o wiedzy, a przez to również o decyzjach i o jakości działania w sferze publicznej.

Pesymiści, oceniając rolę informacji, twierdzą, że brak dostępu do niej w niedalekiej przyszłości stanie się przyczyną pogłębienia istniejących dysproporcji między krajami rozwiniętymi i takimi, które nie mają nowoczesnych technologii. Na określenie tego problemu pojawiły się nawet pojęcia: „społeczeństwa biedne informacyjnie” i „społeczeństwa bogate w informację” jako pojęcia alternatywne, a raczej uzupełnienie funkcjonującej już od co najmniej półwiecza dychotomii: bogata Północ — biedne Południe, cywilizacja bogactwa — cywilizacja nędzy³⁹. Analitycy wskazują, że takie dysproporcje istnieją już obecnie w państwach o wysokim poziomie rozwoju, a nawet w ramach jednego społeczeństwa. Przykłady wielkich metropolii współczesnego świata dowodzą, że obok siebie funkcjonują kategorie osób wykluczonych z obiegu informacji, ze sfery publicznej, oraz kategorie osób, dla których informacja jest podstawowym narzędziem działalności. Optymiści z kolei wskazują na to, że upowszechnienie nowoczesnych technologii informacyjnych przyczyni się do wyrównania szans i możliwości rozwoju różnych grup społecznych i całych społeczeństw. Informacja jest — domyślnie — środkiem, za którego pomocą różne kategorie osób funkcjonujących poza oficjalnym, publicznym obiegiem informacji zostaną wciągnięte w jego obszar.

³⁸ B.R. Barber: *Strong Democracy. Participatory Politics for a New Age*. Berkley 1984, s. 32.

³⁹ S. Huntington: *Political Order in Changing Societies*. New Haven 1968, s. 68.

Jak zauważa Robert Szwed⁴⁰, omawiając koncepcję opinii publicznej, należy zaznaczyć na wstępie, że opinia jest zawsze opinią o czymś i sądem wyrażonym na podstawie określonych informacji. Oczywiście, można mieć opinię bez jakiegokolwiek wiedzy czy informacji, jednak w podstawowym sensie znaczeniowym implikuje ona poznawcze odniesienie do przedmiotu oceny. Generalnie, opinia pozostaje domniemaniem, przypuszczeniem, co do którego nie możemy mieć pewności, jaka jest jego relacja wobec istniejącej poza oceniającym podmiotem prawdy. Intuicyjnie czujemy, że istnieją co najmniej dwa rodzaje opinii: po pierwsze, takie, do których mamy większe zaufanie oraz szacunek; po drugie, takie, w których wiarygodność wąpimy w większym stopniu. Ważne kryterium stanowi również rodzaj opinii — fakt, czy mamy na myśli opinię indywidualną, opinię określonej jednostki, czy też opinię społeczności — opinię publiczną.

Na początku XX wieku powstało nowe znaczenie opinii. Opinia publiczna została zrównana z tym, co podlega badaniu sondażowemu⁴¹. Badania opinii publicznej zmieniły sposób jej postrzegania i rozumienia. Z bezkształtnej i nieuchwytej siły, której obawiali się rządzący, przeobraziła się w siłę konkretną, dającą się zmierzyć. Nabrała też innego znaczenia w wymiarze społecznym. Zbiór opinii indywidualnych — choć w istocie nie przestał być agregatem opinii jednostkowych — stał się wskaźnikiem tego, co „myśli” opinia publiczna w ogóle⁴². Opinia jednostkowa obarczona była niepewnością, subiektywizmem i stronniczością. W przeciwieństwie do tego opinia publiczna otoczona była aurą grupowej mądrości. Owa mądrość wynikała z krytycznej refleksji, w której centralną rolę odgrywały fakty, informacje. To one były przedmiotem debaty i dyskusji, i to z nich wyłaniała się wspólna opinia — opinia publiczna, charakteryzująca się tymi samymi cechami oraz przymiotami, które miała „stara”, absolutystyczna dotąd władza, a zatem: „nieomylnością, zewnętrżnością oraz jednością”⁴³.

Według R. Szweda, w ten sposób koncepcja „społeczeństwa informacji” połączyła się z koncepcją opinii społeczeństwa, koncepcją opinii publicznej⁴⁴.

⁴⁰ R. Szwed: *Opinia publiczna i pseudoopinie*. W: *Społeczeństwo wirtualne. Społeczeństwo informacyjne*. Red. R. Szwed. Lublin 2003, s. 39.

⁴¹ G.W. Allport: *Personality — A psychological interpretation*. New York 1937, s. 78.

⁴² A. Sułek: *Funkcje (i dysfunkcje) badań opinii publicznej w ustroju demokratycznym. Przypadek Rzeczypospolitej Polskiej*. W: *Rozumienie zmian społecznych*. Red. E. Hałas. Lublin 2001, s. 59—86.

⁴³ K. Popper: *W poszukiwaniu lepszego świata. Wykłady i rozprawy z trzydziestu lat*. Przeł. A. Malinowski. Kraków 1997, s. 237.

⁴⁴ R. Szwed: *Opinia publiczna i pseudoopinie...*, s. 40.

Jakość opinii w demokracji

Opinia publiczna w systemie demokratycznym pełni funkcję centralną, podstawową. W związku z tym musi ona (lub przynajmniej powinna) charakteryzować się takimi cechami, które zapewnią, że jej głos będzie czymś więcej niż tylko jednostkowym, subiektywnym przypuszczeniem, że będzie artykulacją wspólnego osądu całej społeczności. Dlatego nie jest bez znaczenia, jakimi przesłankami kierują się jednostki w określaniu owego wspólnego dobra, na jakich podstawach ta opinia jest wygłaszana. Centralną rolę odgrywają tutaj przekazywane informacje.

Dostrzeganie znaczenia informacji w życiu społecznym nie jest czymś nowym. Stanowi podstawę nie tylko koncepcji społeczeństwa informacyjnego, ale również demokracji. Już od czasów greckich koncepcja demokracji opierała się przynajmniej na czterech założeniach powiązanych ze sferą komunikacji i informacji:

- obywatele są dobrze poinformowani;
- obywatele generalnie interesują się polityką;
- obywatele mają równe prawa w zakresie wyrażania swoich opinii i uczestnictwa w procesie decyzyjnym;
- wszystkie decyzje są poddawane dyskusji publicznej⁴⁵.

Współcześnie substytutem zasady opartej na wskazanych założeniach — w praktyce idei demokracji bezpośredniej, są podstawowe zasady wolności: wypowiedzi, zgromadzeń, prasy i komunikacji. Według Slavka Splichala⁴⁶ można nawet powiedzieć, że stanowią one funkcjonalny równoważnik owej zasady demokracji.

W jakim jednak sensie można byłoby stwierdzić, że dana opinia jest jedynie pseudoopinią? Wydaje się, że wyrażenie „pseudoopinia” można zastosować do sytuacji dwojakiego rodzaju. Po pierwsze — takiej, w której opinia oparta jest na błędnym wnioskowaniu, po drugie — takiej, w której opinie oparte są na niepełnych informacjach lub powstają w okolicznościach ich braku. W pierwszym wypadku źródło i przyczyna pseudoopinii tkwiłyby w wyrażających je jednostkach. Byłyby funkcją przede wszystkim czynników osobowościowych lub rezultatem wpływu grupowego⁴⁷. W drugim wypadku źródło pseudoopinii leżałoby poza oceniającym podmiotem. W tym sensie jej pojawienie byłoby niezależne od jednostki, wywołane czasami wbrew niej lub bez jej wiedzy⁴⁸.

⁴⁵ Ibidem, s. 41.

⁴⁶ S. Splichal: *Javno mnenje*. Ljubljana 1997, s. 297.

⁴⁷ R.W. Neuman: *The Paradox of Mass politics, Knowledge and Opinion in the American Electorate*. Cambridge 1986, s. 87.

⁴⁸ D.J. Boorstin: *The Image Or What Happened to the American Dream*. Harmondsworth 1963, s. 43.

Pseudoopinie — opinie pozorne, nieprawdziwe — w takim sensie stanowią istotny problem w systemie demokratycznym. Na opiniach bowiem — pośrednio — opiera się ustrój państwa. To ich konsekwencją są konkretne działania podejmowane przez decydentów. Jeśli więc przyjmujemy za obowiązującą tezę, że to na „opinii rząd stoi”, wówczas dążenie do minimalizacji wystąpienia pseudoopinii jest zrozumiałe samo przez się.

Jak zabezpieczyć się przed powstawaniem pseudoopinii? Zdaniem R. Szweda, obywatele muszą spełnić kilka warunków. Muszą się wykazać:

- minimalną, ale jednak, aktywnością;
- umiejętnością analizy docierających do nich informacji i przekształcenia ich w spójny system wiedzy;
- umiejętnością odróżniania spraw ważnych od nieważnych, wartościowych od bezwartościowych, informacji prawdziwych od propagandowych, wydarzeń od pseudow wydarzeń;
- umiejętnością odsunięcia swoich partykularnych interesów i przyjęcia perspektywy dobra wspólnego⁴⁹.

Jeśli nie spełniamy tych wymogów, wówczas wyrażona opinia pozostanie w mniejszym lub większym stopniu zniekształcona. W budowaniu społeczeństwa informacyjnego zarysowane wymogi stają się więc przesłankami niezbędnymi do funkcjonowania rzetelnej opinii pośród ludzi.

W jakim stopniu nakreślone uwagi znajdują odzwierciedlenie w badaniach opinii publicznej? Analitycy przypuszczają, że nawet 1/3 respondentów na konkretne pytania udziela odpowiedzi, kierując się wyłącznie pozytywnymi lub negatywnymi odczuciami na ich temat, a nie merytoryczną wartością proponowanych w pytaniach alternatywnych rozwiązań⁵⁰. Poza tym odpowiedzi respondentów często nie są spójne, co dostrzegł między innymi Antoni Sułek, analizując sondaże OBOP na temat stosunku Polaków do NATO i wojny w Kosowie w 1999 roku⁵¹.

Istnieją zatem przesłanki uzasadniające rozumienie wyników wielu badań sondażowych jako opinii pozornych — pseudoopinii. Wynikają one częściowo z niedoskonałości narzędzia badawczego (kwestionariusza), ale przede wszystkim z niedoskonałości człowieka — jego konstrukcji osobowościowej, irracjonalności i niekompetencji.

⁴⁹ R. Szwed: *Opinia publiczna i pseudoopinie...*, s. 43.

⁵⁰ G.F. Bishop, R.W. Olendick, A.J. Tuchfarber, S.E. Bennett: *Pseudo-Opinions on Public Affairs*. "Public Opinion Quarterly" 1980, No 44, s. 57.

⁵¹ A. Sułek: *Funkcje badań opinii publicznej w ustroju demokratycznym. Przypadek Rzeczypospolitej Polskiej*. W: *Sondaż Polski. Przygarść rozpraw o badaniach ankietowych*. Red. A. Sułek. Warszawa 2001, s. 134.

Media i ich wpływ na opinie

O wzrastającej roli mediów pisano już przed rokiem 1926. Twierdzono, że tym, co może odróżniać wiek XX od wieku XIX, będą właśnie media⁵². Widziano w nich siłę, potencjalnie mogącą przyczynić się do rozwoju demokracji, integracji społeczeństwa i powstania nowej, ważnej kategorii społecznej — publiczności. Echa takiego sposobu myślenia odnajdujemy współcześnie między innymi w koncepcji „oświeconej” publiczności, „oświeconej” opinii publicznej. Obecnie wolno zaryzykować stwierdzenie, że tym, co wyróżniać może wiek XXI, będzie zatarcie granic między rzeczywistością realną a wirtualną lub nawet transformacja rzeczywistości realnej w rzeczywistość wirtualną, która dokona się w istocie za pośrednictwem nowych mediów.

Informacja pochodząca z różnego rodzaju mediów — podobnie jak cyberprzestrzeń — zrówna się pod względem wiarygodności z rzeczywistością realną, z tym, co się dzieje *in real life*. Już teraz zauważamy symptomy tego rodzaju myślenia. Czy nie są nimi stwierdzenia typu: „nie jest istotne, jak jest faktycznie — ważne, jak pokażą to media”? W rezultacie informacja zostaje oderwana od rzeczy. To niebezpieczeństwo dostrzega również John Keane⁵³. Przedstawia on pesymistyczną wizję społeczeństwa przyszłości: „Wszystkie sfery życia stają się potencjalnym »pastwiskiem« dla mediów. Wszechświat zmienia się w gigantyczny ekran monitora. Cała *publicity* służy za uzasadnienie dla rozgłosu. Informacja przestaje być powiązana z wydarzeniami i sama staje się najważniejszym wydarzeniem”⁵⁴. Taka wizja stanowi deformację idei „społeczeństwa bogatego w informacje” — społeczeństwa informacyjnego.

Jedną z podstawowych funkcji, jakie pełnią media, jest funkcja edukacyjna. Przyjmuje się, że media są lub mogą być efektywnym narzędziem edukacji (politycznej) społeczeństwa, narzędziem zwiększającym kompetencję opinii publicznej. Czy aby zrealizować tę funkcję, wystarczy odpowiednia liczba informacji? Jeśliby przyjąć ten tok rozumowania, to skromniejszy treściowo przekaz oznaczałby spadek kompetencji odbiorców, natomiast poszerzenie treści zwiększałoby je. Akceptacja takiego rozumowania oznaczałaby jednak tolerowanie błędu polegającego na łączeniu w zależność przyczynowo-skutkową cechy przekazu z właściwością jego odbiorców. Wiedza, świadomość polityczna są bowiem w społeczeństwie względnie nie-

⁵² J. Zaller: *Definicje opinii publicznej*. W: *Władza i społeczeństwo 2. Antologia tekstów z zakresu socjologii polityki*. Red. J. Szczupaczyński. Warszawa 1998, s. 167.

⁵³ J. Keane: *Media a demokracja*. Przeł. E. Petrajtis-O'Neill. Londyn 1992, s. 121.

⁵⁴ *Ibidem*, s. 126.

zależne od czasu i miejsca przeznaczanego na te tematy w środkach masowego przekazu. Należy przypuszczać, że prawdopodobnie pozostaną na podobnym poziomie bez względu na to, czy dwukrotnie zwiększymy, czy o połowę zmniejszymy zawartość treści politycznych w wydaniach wiadomości telewizyjnych, radiowych, prasowych czy internetowych. Wynika to z konstrukcji osobowościowej człowieka, ale także z kontekstu, w jakim ów przekaz jest wypowiedzany, środowiska społecznego, w jakim jest odbierany, istniejących wcześniej sympatii i antypatii, stereotypów czy struktury przekonań⁵⁵.

Mit obiektywnych mediów

W związku z tym należy zadać pytanie: Czy funkcją mediów może być edukacja opinii publicznej, czy jest to może kolejny mit? Nie pozbywamy się wątpliwości, analizując wypowiedzi producentów telewizyjnych i filmowych. Jeden z przedstawicieli środowiska stwierdza: „Zasadniczym celem amerykańskiej telewizji, tak jak to obecnie wygląda, jest dostarczenie publiczności reklamodawcom po jak najniższej cenie od tysiąca. Jakość, styl, treść — to wszystko zależy od subiektywnego gustu, ale jest to istotne, kiedy przyczynia się do podniesienia wskaźników będących wyznacznikami sprzedaży czasu telewizyjnego”⁵⁶.

Współcześnie media nie tylko pośredniczą w przekazywaniu informacji politycznych, lecz przede wszystkim stały się ważnym graczem politycznym, którego można bez skrępowań nazywać rozgrywającym sceny politycznej. Ich wpływ na postawy i zachowania odbiorców jest ogromny. Problem ten na płaszczyźnie ogólniejszej dostrzegł Kościół, twierdząc, że środki komunikowania społecznego wskazują nie tylko, „jak”, ale także „o czym” myśleć ma współczesny człowiek. I, co istotne, społeczny wpływ mediów obejmuje nie tylko masowego odbiorcę, lecz także elity polityczne, dla których bycie w mediach staje się warunkiem *sine qua non* bycia w polityce⁵⁷.

Treści edukacyjne, szczególnie z dziedziny polityki, spraw publicznych, niestety, nie przyciągają widowni. Nie leżą zatem w polu zainteresowania twórców telewizyjnych. W związku z tym zajmować będą znacznie mniej czasu antenowego w porównaniu z reklamami, programami rozrywkowymi

⁵⁵ R. Szwed: *Opinia publiczna i pseudoopinie...*, s. 46.

⁵⁶ R. Levinson, W. Link: *Off Camera: Conversations with the Makers of Prime-Time Television*. New York 1986, s. 247—248.

⁵⁷ K. Kunert: *Sondaże w mediach — prognoza czy kreacja?* [<http://www.nowezycie.archidiecezja.wroc.pl/numery/022006/04.html>] (dostęp: 25.07.2011)].

i sportowymi, konkursami, reportażami, przepisami kulinarnymi, plotkami czy filmami.

Jako podstawowe źródło informacji pozostają zatem wiadomości, newsy. Jaki jest ich charakter? Z perspektywy pełnionej przez nie funkcji edukacyjnej powinny być ważne — istotne dla publiczności, dla odbiorców. Daniel J. Boorstin trafnie zauważył, że o informacjach, jakie otrzymujemy, nie można powiedzieć, że są istotne, ale — co najwyżej — że są aktualne⁵⁸. Zawsze są osobliwe, w danym dniu najciekawsze i wywołują nasze zainteresowanie, czasami zdziwienie. „Aktualne wydarzenia — trzęsienie ziemi, porwanie samolotu, pożar hotelu czy zabójstwo — są ogłaszane i rozpowszechniane, ale [...] jednocześnie rzadko wyjaśniane”⁵⁹. Lecz informacja istotna jest czymś innym niż informacja aktualna. Wykracza poza sprawy bieżące i pokazuje konkretne wydarzenie w kontekście innych wydarzeń i spraw. Waga danej kwestii ujawnia się bowiem wówczas, gdy widzimy ją w sieci różnorodnych powiązań, które w pierwszej chwili nie są przez odbiorców dostrzegane. Owe powiązania czynią, że dana sprawa jest ważna i interesująca nie tylko w chwili jej ogłoszenia, ale również dnia następnego czy nawet po pewnym czasie. Wydarzenie aktualne traci swoje znaczenie z każdą upływającą chwilą.

Środki społecznego przekazu sprzyjają niewątpliwie w większym stopniu, niż było to na przykład sto lat temu, pojawieniu się opinii „bardziej oświeconej”, opinii publicznej, która w większym stopniu odpowiadałaby założeniom klasycznym⁶⁰. Pomimo krytyki, współcześnie to media właśnie pełnią funkcję platformy dyskusji publicznej i ustanawiają sferę „uniwersum dyskursu”. Stanowią podstawowy środek komunikacji między różnymi instytucjami i społeczeństwem, informują obywateli o tym, co się wokół nich dzieje, kontrolują działania władz i prowadzą działalność edukacyjną, popularyzatorską.

„Wady” mediów

Przede wszystkim nie istnieje „wolny rynek mediów”, „wolny rynek informacji”. Jest wątpliwe, czy kiedykolwiek istniał i czy kiedykolwiek powstanie. Wolny rynek sugeruje konkurencję. Jedyna, z jaką mamy do czynienia w śro-

⁵⁸ D.J. Boorstin: *The Image Or What Happened...*, s. 22—25.

⁵⁹ Ibidem, s. 23.

⁶⁰ R. Szwed: *Klasyczna koncepcja opinii publicznej we współczesnym kontekście*. „Kultura i Społeczeństwo” 2002, nr 3, s. 23.

dowisku mediów, to konkurencja ekonomiczna. Poza tym współzawodnictwo nie polega — jak można byłoby się spodziewać — na zdobywaniu coraz to lepszych, trudniej dostępnych, wartościowych i istotnych informacji. Polega raczej na wyolbrzymianiu i przejawianiu konkretnych zdarzeń, zwiększaniu ich atrakcyjności, nadawaniu im dramaturgii lub humoru, poszukiwaniu w nich ciekawostek, które mają zaskoczyć widza, słuchacza, czytelnika, a nie znajdowaniu elementów wspólnych, które pozwoliłyby mu zorientować się w istocie problemu⁶¹.

Te niedostatki mediów już w 1956 roku dostrzegł Charles Wright Mills, gdy pisał: „środki informacji masowej prezentują pozorną rozmaitość i konkurencję, przy bliższym jednak badaniu okazuje się, że współzawodnictwo polega raczej na wariacjach na kilku oklepanych i dobrze znanych wszystkim tematach, aniżeli na ścieraniu się poglądów”⁶².

Rywalizacja ekonomiczna zachęca media do minimalizacji kosztów przy osiągnięciu jak największych zysków. W związku z tym najmniej kosztowne jest poleganie na informacjach, jakich dostarczają różne organizacje i instytucje. Najbardziej interesujące są te, dostarczane przez elity polityczne, ekonomiczne i kulturalne. Jednak w interesie tych elit nie jest dostarczanie wszystkich informacji, ale tylko tych „właściwych” — korzystnych dla reprezentowanych przez nie firm. W ten sposób nadawcy często świadomie lub nieświadomie uczestniczą w procesie zniekształcania rzeczywistości i jej kreowania. Tę sytuację Robert Entman określił jako swoistą „grę”, w której uczestniczą media i elity, każda bowiem ze stron ma coś, czego druga potrzebuje⁶³.

Czy można zgodzić się z tezą, że media świadomie „spłaszczają” rzeczywistość, sprowadzając ją do sfery pseudow zdarzeń? Trudno odpowiedzieć na tak postawione pytanie, po pierwsze bowiem należałoby poznać motywów nadawców, a po drugie, trzeba byłoby ustalić, jakie są preferencje odbiorców oraz czy zostały one wykreowane przez media.

Sondaże w mediach

Począwszy od roku 1991, a zatem od pierwszych wolnych wyborów parlamentarnych, jakie odbyły się w Polsce, obserwujemy gwałtowny i intensywny wzrost liczby sondaży zamawianych przez środki masowego przekazu

⁶¹ R. Szwed: *Opinia publiczna i pseudoopinie...*, s. 48.

⁶² Ch.W. Mills: *Elita władzy*. Przeł. M. Maneli. Warszawa 1961, s. 412.

⁶³ R. Entman: *Democracy without Citizens*. New York 1989, s. 19—20.

i w nich relacjonowanych. Zjawisko to odpowiada trendowi, który już od drugiej połowy XX wieku jest obserwowany w demokracjach zachodnich. Tendencja ta (już na dobre) zdomowała się także na polskim rynku medialnym i politycznym.

Jak zauważa R. Szwed, u podstaw zwiększenia liczby sondaży w polskich mediach leżą co najmniej trzy przesłanki:

- mała liczba profesjonalnych firm badawczych, funkcjonujących tuż po transformacji ustrojowej;
- penalizacja publikacji sondaży;
- globalna tendencja marketingizowania polityki⁶⁴.

W ugruntowanych demokracjach utrata publicznego zaufania do ośrodków badających opinię publiczną, wynikająca z sondażowych błędów na dużą skalę oznacza dla tych ośrodków popadnięcie w niebyt. Pozostaje żywić nadzieję, że poradzi sobie z tym problemem także młoda polska demokracja. Publikowane sondaże, będące źródłem informacji również dla polityków, dla niektórych z nich okazały się swoistymi „środkami nasennymi”.

Otwartą kwestią jest rola mediów w nagłaśnianiu nie zawsze pewnych prognoz wyborczych. Naturalnym regulatorem powinna tu być reakcja opinii publicznej, uznającej dane medium za niewiarygodne. Problem polega jednak na braku w naszym kraju tego typu ugruntowanej opinii, która po latach komunizmu dopiero się kształtuje. Również inaczej rozkłada się akcent odpowiedzialności mediów publicznych, a więc utrzymywanych przez wszystkich obywateli, oraz mediów komercyjnych. Te ostatnie dysponują autonomicznym prawem decydowania o wyborze takiej czy innej strategii politycznej, niemniej jednak i one zobowiązane są do głoszenia prawdy.

Budzi niepokój ekonomiczna zależność niektórych ośrodków od zamawiających sondaże, a przy tym będących poważnymi aktorami politycznymi określonych mediów. W konsekwencji sytuacja taka może prowadzić na gruncie politycznym do realizowania komercyjnej zasady „klient płaci, klient wymaga”. W pełni uzasadniony wydaje się więc postulat uregulowania kwestii niezależności ośrodków pełniących wszak misję społeczną.

Nadzieję na zmianę pełnionej przez media funkcji w społeczeństwie upatrywano w Internecie. Nie podołał on jednak dotychczas stawianym mu wyzwaniom. Okazało się, że bardzo szybko również ten rynek informacji skomercjalizował się i stał się areną — podobnej jak w sferze mediów tradycyjnych — gry. Obserwacja wskazuje na to, że możliwość dotarcia do zróżnicowanej informacji o każdej porze nie oznacza podwyższenia jej jakości — przynajmniej w oczach użytkowników. Potwierdzają to badania, z których wynika, że internauci doceniają wygodę i atrakcyjność przekazu, lecz

⁶⁴ R. Szwed: *Sondaże w prasie. O pożytku z badań ilościowych w mediach* [http://www.statsoft.pl/czytelnia/artykuly/Sondaze_w_prasie.pdf] (dostęp: 25.05.2011)].

nie jakość zamieszczanych w nim informacji. Ponadto korzystają z Internetu w taki sam sposób, jak w przypadku mediów tradycyjnych, przenosząc nań przyzwyczajenia nabyte w swoich kontaktach z telewizją czy radiem: powierzchowność w odbiorze, ignorowanie faktów, kierowanie się uprzedzeniami, bierność i przeskakiwanie z kanału na kanał w oczekiwaniu na coraz atrakcyjniejsze i wyszukane oferty⁶⁵.

Czy rozwiązaniem jest postulowana zasada obiektywności, oderwania komentarzy od faktów? Jeśli uznamy ją za priorytetową w działalności dziennikarskiej, wówczas na drugi plan odsuwamy odpowiedź na pytanie: O jakie informacje nam chodzi? Pierwotnie celem działalności dziennikarza było dostarczanie prawdy. Należy jednak nadmienić, iż „obiektywizm wymaga jedynie, aby dziennikarze odpowiadali za to, jak piszą, ale nie — o czym piszą”⁶⁶.

Próba podsumowania

Niełatwo opisać kierunek przemian dokonujących się we współczesnych społeczeństwach w zakresie mediów i opinii publicznej. Łatwiej zapewne jest wymienić cechy, którymi współczesne społeczeństwa się charakteryzują. Podstawowa przemiana wiąże się z transformacją form komunikacji międzyludzkiej. Problem tworzenia, gromadzenia oraz przekazywania znaków i treści symbolicznych stanowił ważny wymiar życia ludzkiego już od najdawniejszych czasów.

Po pierwsze, zmieniła się liczba przekazywanych informacji. „Jeszcze nigdy tak wiele nie docierało do tak wielu” — można stwierdzić, parafrazując słowa wypowiedziane przy zupełnie innej okazji przez pewnego znanego polityka. Po drugie, przekazywane treści stały się towarem, który można kupić przez Internet oraz media tradycyjne, podobnie jak kupuje się towary przemysłowe oferowane w supermarketach. Po trzecie, zmienił się dostęp do „medialnego supermarketu”. Aby zapoznać się z ofertą i wybrać konkretny produkt, nie musimy wychodzić z domu. Czas i przestrzeń nabrały zatem zupełnie nowego kształtu i w nowych mediach zespoliły się w trudną do rozdzielenia całość. W tym kontekście nowego znaczenia nabrało powiedzenie: „świat jest mały”. Po czwarte, pod wpływem przemian sposobu przekazu informacji i treści symbolicznych zmianie uległa natura samego przekazu i jego znaczenie w wymiarze społecznym i kulturowym.

⁶⁵ L. Porębski: *Elektroniczne oblicze polityki*. Kraków 2001, s. 85—100.

⁶⁶ W.L. Rivers, C. Mathews: *Etyka środków przekazu*. Przeł. J. Zakrzewski, E. Krasnodębska. Warszawa 1995, s. 86.

Stawiając problem w nieco szerszym kontekście, można byłoby ów proces nazwać „mediatyzacją społeczeństw”. W tym ujęciu zwracamy uwagę na coraz większe znaczenie mediów w sferze społecznej, politycznej czy gospodarczej życia ludzkiego. Jest to przede wszystkim konsekwencją digitalizacji życia i pojawienia się nowych obszarów działalności człowieka, które nierozwalnie wiążą się z rzeczywistością medialną — z informatyzowaną.

Rola nowych mediów jako kreatora sfery publicznej i opinii publicznej jest obecnie niezwykle istotna. Internet i inne popularne media czasów współczesnych stanowią obszar publiczny (*public domain*), miejsce, w którym powstaje i istnieje publiczność. Podobne stwierdzenie dotyczące konsekwencji „wizualizacji świata” możemy znaleźć u Paula Virilio, który pisze, że od chwili pojawienia się nowoczesnych technologii komunikacyjnych „Ulice i (inne) miejsca publiczne [...] zostały zepchnięte na dalszy plan przez ekran, elektronicznie generowane obrazy”⁶⁷.

⁶⁷ P. Virilio: *The Vision Machine*. Bloomington 1994, s. 4.