

Czesław Mojsiewicz:

Rola opinii publicznej w polityce

Niemal codziennie słyszymy o roli opinii publicznej w przeróżnych sprawach krajowych i zagranicznych. Różne osoby powołują się na opinię publiczną mającą być ważkim argumentem w dyskusjach, sporach czy stanowiskach. Środki masowego przekazu podają dane z badań opinii publicznej, szczególnie w sprawach polityki czy popularności polityków.

Znaczenie opinii publicznej, jako ważnego czynnika stanowiącego część procesu politycznego, uznawane było od wieków, jakkolwiek sam termin „opinia publiczna” sformułowany został dopiero w XVIII stuleciu. Niektóre źródła doszukują się nawet wcześniejszego okresu wystąpienia terminu „opinia publiczna”, jak np. u Cycerona – *publicam opinionem*.

Historycznie rzecz biorąc, problematyka opinii publicznej rozwijana była w ramach teorii państwa i prawa oraz w ramach nauk politycznych. Myślicieli i filozofów, a szczególnie polityków praktyków, interesowało zagadnienie, jak powstaje świadomość jednostek i grup społecznych w odniesieniu do państwa.

W połowie XVIII wieku problem opinii mas zyskał na znaczeniu. Najbardziej wartościowe myśli na ten temat

wypowiedział Jean Jacques Rousseau. W dziele *Discours sur l'origine et le fondement de l'inegalité parmi les hommes* (1750) stwierdził, że polityczne, obywatelskie i karne prawa oparte są na opinii mas i nawet despotyczni władcy muszą się z nią liczyć. Rousseau jest też jednym z pierwszych teoretyków polityki, którzy użyli terminu „opinia publiczna”.

Osiemnastowieczne koncepcje opinii publicznej genetycznie związane są z rewolucyjnym programem młodej burżuazji, głoszącej hasła wolności osobistej i praw jednostki.

Dyskusja nad opinią publiczną rozwinęła się w XIX wieku. Największy rozgłos zdobyła sobie książka Carla von Gersdorfa *Über den Begriff und das Wesen der öffentlichen Meinung* (1846). Parę dziesiątków lat później ukazała się następna praca pióra Franza von Holtendorfa *Wesen und Werth der öffentlichen Meinung* (1879), poruszająca problemy opinii publicznej w powiązaniu ze wzrastającą rolą prasy. Również praca Anglika Jamesa Bryce'a *The American Commonwealth* (1889) była poświęcona rozważaniom nad opinią publiczną w Stanach Zjednoczonych. Autor tej książki czyni szereg spostrzeżeń

na temat natury opinii publicznej i stadiów jej formowania. Wypowiada też uwagi na temat publiczności amerykańskiej, wskazując na szereg jej cech dodatnich, takich jak optymizm, pogoda życia, poczucie humoru, a równocześnie cech ujemnych takich, jak nieuprzejmość oraz brak zainteresowania polityką. Amerykanie – zdaniem Bryce'a – to naród handlowy myślący kategoriami zysku i straty. Amerykanie to ludzie uczuciowi, zmienni i zasadniczo konserwatywni¹.

Wiek XX spowodował duży rozwój zainteresowań opinią publiczną. Z książek, które stały się popularne z początkiem stulecia, należy wymienić Gabriela Tarde'a *L'Opinion et la foule* (1901), która w 1904 roku została wydana w Warszawie pt. *Opinia i tłum*. Do ważnych książek tego okresu zaliczana jest *Process of Government* (1908) pióra A. F. Bentley'a. Tarde zwraca uwagę na uczuciowy i często irracjonalny charakter opinii publicznej, a Bentley podkreśla rolę zorganizowanych grup w procesie jej formowania. W omawianym okresie, jeszcze co najmniej dwie książki zdobyły sobie pozycje uważane za klasyczne: A. L. Lowella *Public Opinion and the Popular Government* (1913) i Wilhelma Bauera *Die öffentliche Meinung und ihre „Geschichtlichen Grundlagen“* (1914).

Najwięcej refleksji na temat opinii publicznej znajdujemy u Antonio Gram-

sciego. Ten włoski filozof i działacz społeczny trafnie stwierdza, że opinia publiczna, we współczesnym pojęciu, powstała dopiero wraz z upadkiem feudalizmu i wraz z kształtowaniem się formacji kapitalistycznej. „Elementy opinii publicznej [pisał Gramsci – Cz. M.] istniały zawsze, nawet w azjatyckich satrapiach. Ale opinia publiczna taka, jak dziś ją rozumiemy, zrodziła się w przeddzień upadku monarchii absolutnej, czyli w okresie walk nowej klasy burżuazyjnej o hegemonię polityczną i zdobycie władzy.”² I dalej: „[...] opinia publiczna jest treścią polityczną zbiorowej woli politycznej, która mogłaby być niezgodna. Dlatego właśnie istnieje walka o monopol organów opinii publicznej – prasy, partii, parlamentu – po to, aby jedna i ta sama siła kształtowała opinię, a zarazem wolę polityczną narodu, a punkty niezgody, aby rozproszyły się w indywidualny i niezorganizowany pył.”³

Z początkiem XX wieku opinia publiczna staje się przedmiotem analizy socjologów, psychologów i psychologów społecznych różnych kierunków i szkół. Występują tu takie nazwiska, jak Sigmund Freud, Carl Gustav Jung i William McDougall. To oni wywierali największy wpływ.

W następujących dziesięcioleciach literatura poświęcana opinii publicznej szybko narastała. Należy tu wymienić

¹ H. Childs: *Public Opinion. Nature, Formation and Role*. New York 1965, s. 30.

² A. Gramsci: *Notatki encyklopedyczn. Pisma wybrane*. T. 2. Warszawa 1961, s. 409–410.

³ Ibidem, s. 410.

Waltera Lippmanna *Public Opinion* (1922) i Jeana Stoetzela *Theorie des Opinions* (1943). Z opracowań autorów polskich na wyróżnienie zasługują również dwie pozycje: Henryka Jabłońskiego *Opinia, parlament, prasa* (1947) oraz Jerzego J. Wiatra *Niektóre zagadnienia opinii publicznej w świetle wyborów 1957 i 1958* (1959).

Jakie są przyczyny narastania zainteresowania opinią publiczną? Powodów jest wiele, ale przede wszystkim wchodzi tu w rachubę względy natury praktycznej. Każdy, kto chce przewodzić innym ludziom, zdaje sobie sprawę z tego, że znajomość ich opinii i postaw jest niezbędna.

Można dość łatwo się przekonać, jak wiele różnych instytucji, organizacji, państw i osób dąży do wpływania na opinię publiczną, jej kształtowanie i poglądy.

Sam termin „opinia publiczna” jest używany w wielu znaczeniach. Mówi się więc o trwałej i chwilowej opinii publicznej w danej sprawie. Zajmują się tym dziennikarze, prowadząc sondaże, a także wyspecjalizowane placówki badawcze, biura badania opinii czy upodobań konsumentów. Ulegają te badania nasileniu w okresie kampanii wyborczych do ciał przedstawicielskich.

W ostatnich dziesięcioleciach występuje wzrost zainteresowania opinią publiczną. Z jednej strony, gwałtownie rozwinęły się ilościowo i jakościowo instytucje kształtujące i wpływające na opinię (radiofonia, stacje telewizyjne, słowo drukowane), a z drugiej – zachodzą zmiany w charakterze rządów, wła-

dzy, ustrojów. Rozwój demokracji we współczesnym świecie zakłada wzrost roli obywateli w aktach wyborczych, różnych głosowaniach, plebiscytach, referendach. Rodzi zapotrzebowanie na rzetelną wiedzę, informację o stanie opinii publicznej oraz na sposoby, metody wpływania na opinię publiczną. Wynika to też stąd, że politycy wszystkich szczebli są zależni od opinii publicznej. Nie chodzi tylko o opinię społeczną, bardziej zależni są od liczby otrzymywanych głosów w różnych wyborach. Mimo że często robią miny obojętne na notowania w opinii publicznej, interesują się wskazaniem publiczności. Politycy bardzo zabiegają o obecność w środkach masowego przekazu, a szczególnie w telewizji. Mają pretensje do redakcji, gdy ktoś pokazuje się częściej, a innego rzadziej. Częstotliwość prezentowania polityków ma wpływ na liczbę zwolenników i przeciwników. To daje możliwość orientacji, jak poszczególni politycy są postrzegani. Jednak socjologowie zwracają uwagę na to, by aprobata czy dezaprobata wobec działań polityka, nie decydowały w każdym przypadku o jego działalności. Jej motywem nie może być pogoń za popularnością za wszelką cenę. Działalność polityka ma służyć interesom społeczności, dobru ogólnemu, a nie interesom prywatnym. Dlatego polityk musi się poddawać ocenie wyborców we własnym okręgu czy miejscu zamieszkania. Nie może być tak, że polityk pokazuje się tylko w czasie kampanii wyborczej, a później miesiącami go nikt nie widzi, zapomina

o tym, kto go wybierał. Sprzyja temu ordynacja wyborcza, która daje możliwość „niezależnienia się” się od wyborców, gdy uzyskuje się mandat z listy centralnej – partyjnej. Trzeba się zgodzić, że małe okręgi wyborcze, nawet jednomandatowe, lepiej odzwierciedlają rzeczywistą popularność wśród wyborców niż tylko w kręgach władz partyjnych. Gdy okręg wyborczy będzie mały, to polityk zostanie zmuszony do troski o swoją opinię wśród wyborców, będzie koncentrować uwagę na służbie dla obywateli, a nie na rozgrywkach na szczeblach władzy.

Dążność do kształtowania opinii publicznej przejawia się w różnej postaci. Spotykamy się z mnogością ośrodków informacji, rzeczników prasowych itp. Działalność informacyjną nazywa się często propagandą. Jest to termin wieloznaczny i został obciążony działalnością państw totalitarnych w okresie hitlerowskim i komunistycznym. Propaganda tych reżimów i państw była i jest oceniana zdecydowanie negatywnie. Najnowsze prace na ten temat poruszają te sprawy. W szczególności książka *Teoria i praktyka propagandy* pióra autorki: Bogusławy Dobek-Ostrowskiej, Janiny Frasz i Beaty Ociepki (1997) rozpatruje zależności pomiędzy opinią publiczną a propagandą.

W pierwszej połowie XVII w. powstała, uznawana za pierwszą w historii, instytucja propagandowa. Nosila ona nazwę: „Sacra Congregatio de propaganda Fide” i została utworzona przez Watykan. Jej zadaniem było kształtowanie misjonarzy w celu krzewienia wia-

ry. Samo słowo „propaganda” pochodzi z języka łacińskiego; oznacza krzewienie, rozszerzanie treści pożądaných przez nadawcę treści.

W Polsce obecnej słowo „propaganda” jest bardzo rzadko używane. Zostało zastąpione określeniem „informacja” czy „działalność informacyjna” jako naturalne, chociaż informacja niesie różnorodne treści i przekazy. Opinia publiczna jest wrażliwa na używanie pojęć odbieranych jako negatywne.

Mówimy tu o opinii publicznej. Czym jest opinia publiczna? Istnieje wiele definicji opinii publicznej, nadaje się tym definicjom różne znaczenie. Mamy do czynienia z dwoma członami: „opinia” i „publiczna”. Opinia może być wypowiedziana przez konkretną osobę w jakiejś sprawie czy o jakiejś osobie. Może być wyrażana przez grupę osób o różnej liczebności. Owa grupa może być mieszkańcami jakiejś wsi wypowiadającymi się np. w sprawie wykupu ziemi pod autostradę czy w sprawie przebiegu tej autostrady. Może to być grupa właścicieli małych sklepów, protestujących przeciwko budowie wielkich supermarketów przez zachodnie centra finansowo-handlowe. Może to być też grupa zawodowa, np. lekarze anestezjolodzy czy pielęgniarki, pracownicy przemysłu obronnego, chłopcy blokujący drogi itp. Używa się też określeń – „opinia Polaków”, „opinia Niemców” itp. Mówi się często o opinii narodu polskiego. Stąd określenie „publiczna” jest wielozakresowe; może dotyczyć jakiejś konkretnej grupy obywateli.

Istnieje możliwość manipulowania pojęciem „opinia publiczna” dla wła-

snych celów. Aby tę możliwość ograniczyć (bo chyba nie da się wyeliminować jej całkowicie), stosowane są badania opinii publicznej, mierzenie stopnia, skali poparcia czy dezaprobaty lub obojętności w danej sprawie, np. przyjęcia Polski do Unii Europejskiej. Zwykle występują niezadowoleni z ogłaszanych wyników badań opinii publicznej. Kwestionują oni rzetelność badań, przypadkowość wypowiedzi, ocen, wadliwość stawiania pytań w kwestionariuszach. Łatwo te zarzuty postawić, gdy badania są prowadzone powierzchownie i bez spełnienia warunków dla uznania ich za wiarygodne. Jeśli podaje się dane z rozmów (sondaży) telefonicznych, pytań stawianych przechodniom przypadkowo spotkanym na ulicy, to trudno je uznawać za zbyt wiarygodne. Dlatego słusznie akcentuje się potrzebę ostrożności w podejściu do wyników badań opinii publicznej.

Pewnym utrudnieniem jest brak powszechnej zgody odnośnie definicji opinii publicznej. Wspomniane wyżej autorki pracy *Teoria i praktyka propagandy* dokonują przeglądu całej gamy definicji. Przytaczają one „schemat Allporta”, który określa opinię publiczną następująco:

– opinia publiczna jest traktowana jako zachowanie ludzkie, ale takie, które pociąga za sobą werbalizację przekonań wielu ludzi;

– zachowania te są stymulowane i kierowane przez określoną wiedzę, pewne obiekty lub wytworzone sytuacje, które są ważne dla dużych grup ludzi;

– zachowania te reprezentują działanie lub gotowość do działania w postaci aprobaty lub dezaprobaty obiektu opinii publicznej. Ludzie uświadamiają sobie, że ich towarzysze mają podobny punkt widzenia i zachowują się w podobny sposób;

– z natury rzeczy, postawy opinii publicznej zmierzają raczej do postulowania czegoś doraźnego lub tymczasowego – gdy problem mija, znika wywołana nim opinia publiczna;

– zachowania są dostatecznie silne i liczne, by wywierać określone skutki⁴.

Ciekawe są rozważania na temat procesu opiniotwórczego. Wyrażanie opinii wymaga jakiegoś zasobu wiedzy u osób wypowiadających opinię. Jeśli badania odbiorców wiadomości telewizyjnych czy prasowych pokazują, że przeciętny widz, czy czytelnik rozumie tylko ok. 25% pojęć, terminów, to trudno przeceniać wyrażane opinie w różnych sprawach. Nie można traktować ich jako miarodajnych. W takiej sytuacji plotki, pogłoski mają większy wpływ na opinię danego środowiska niż rzetelna wiedza. Na opinię mają duży wpływ lokalne autorytety. Również trzeba brać pod uwagę chęć niewyróżniania się wśród swego środowiska. Wielkie

⁴ Por. B. Dobek - Ostrowska, J. Fras, B. Ociepka: *Teoria i praktyka propagandy*. Wrocław 1997, s. 68.

znaczenie w kształtowaniu opinii mają stereotypy jako utrwalone zbitki pojęciowe dotyczące oceny osób czy instytucji.

Można więc stwierdzić, że problemy opinii publicznej są bardzo złożone, wielorakie i trzeba do nich podchodzić z dużą rozważą i ostrożnością. Zwracają na to uwagę socjologowie i politolodzy. Franciszek Ryszka określał opinię publiczną jako reakcje zbiorowości ludzkich w skali makro na globalne i pojedyncze działania polityczne, wyrażające się w aprobacie działań politycznych albo zjawisk, które w tej opinii decydują o polityce, o jej kierunku i jej przebiegu. Jerzy J. Wiatr pisał: „[...] opinia publiczna to historycznie określony i zmienny stan świadomości wielkich grup społecznych dotyczący spraw publicznych i wyrażanej w sposób artykułowany (publiczny) w odniesieniu do kwestii będących przedmiotem kontrowersji, które mieszczą się w ramach systemu. Opinia publiczna jest świadomościowym komponentem zbiorowego działania w warunkach publicznie ujawniającego się konfliktu. Jest zawsze obliczona na oddziaływanie na władzę, decyzje publiczne, politykę.”⁵ Te określenia są natury ogólnej i mogą być traktowane jako dyskusyjne. Ważne jest samo działanie skierowane na kształtowanie opinii publicznej.

Ogląd rzeczywistości wskazuje, że w oddziaływaniu na opinię publiczną,

kluczową rolę odgrywają słowa i obraz. Tak było od najdawniejszych czasów, chociaż zadomowienie się telewizji zwiększyło rolę obrazu. Nie da się jednak oddzielić słowa od obrazu. Nawet bowiem sam wygląd polityka, jego ubiór, jego zachowanie przed publicznością mają wpływ na odbiór treści jakie przekazuje.

W uprawianiu polityki użycie słów jest regułą. Tak było zawsze. Człowiek, który miał zajmować się działalnością publiczną uczono retoryki, biegłego posługiwania się słowem. Dzisiejsze młode stosunkowo dyscypliny naukowe, jakimi są semantyka (nauka zajmująca się badaniami znaczeń i historią znaczeń wyrazów), psycholingwistyka (kierunek językoznawstwa opierający się na badaniu psychicznego podłoża aktów mowy), socjolingwistyka (nauka o stosunku wzajemnym języka i społeczeństwa) oraz semantyka ogólna (badająca wpływ języka na działania człowieka) służą posługiwaniu się słowem w sposób wysoce perfekcyjny.

Ludzie porozumiewają się ze sobą, informują się wzajemnie, wymieniając swoje myśli dzięki temu, że posługują się językiem rozumianym przez obie strony. To ważny warunek, by istniała jednomyślność, co do integracji znaczenia wyrazów, tak by język mógł spełniać funkcję komunikacyjną. W wypadku dwuznaczności pomocą służą słow-

⁵ J. J. W i a t r: *Spoleczeństwo. Wstęp do socjologii systematycznej*. Warszawa 1981, s. 532.

niki. Otaczający nas świat rzeczy i ludzi jest odbierany przez człowieka subiektywnie. Zależy to od wiedzy, doświadczenia życiowego, wieku człowieka i kontekstu, w którym słowa występują. Dlatego dobre wzajemne komunikowanie zależy od doświadczenia indywidualnego, środowiskowego, a także nagromadzonej wiedzy w długim przedziale czasu. Można więc stwierdzić, że komunikowanie między ludźmi jest zależne od obiektywnych uwarunkowań. Występuje również indywidualna właściwość jednostki ludzkiej, jej osobiste przeżycia, emocje, doświadczenie. Ludzie różnie kojarzą słowa, bo one wyrażają nie tylko myśli, ale i uczucia. Właśnie na tym emocjonalnym i wartościującym odbiciu jakiegoś faktu społecznego w świadomości ludzkiej powstają stereotypy. Wprowadził je do obiegu w latach dwudziestych Walter Lippmann, nazywając stereotypem obiegową opinię o jakimś fakcie. Stereotyp to sąd powierzchowny i uproszczony, częściowy i jednostronny, odbiegający od faktycznego stanu (np. zdanie o Cyganie, Żydzie, Murzynie, Polaku itd.). Cechą stereotypu jest to, że jest on wyobrażeniem silnie naładowanym uczuciowo. Od strony semantycznej problem stereotypu podjął Adam Schaff, zwracając uwagę, iż jest on zawsze związany ze słowem i ma określone zaplecze lingwi-

styczne⁶. Ten sam autor opisał przedmiot, genezę, treść, funkcję społeczną, sposób funkcjonowania oraz powiązanie stereotypu z językiem. Przez słowo stereotyp rozumie on sąd wartościujący (negatywny lub pozytywny) z towarzyszącym mu przekonaniem, który wykazuje następujące cechy charakterystyczne:

- jego przedmiotem są przede wszystkim jakieś grupy ludzi (rasowe, narodowe, klasowe, polityczne, zawodowe, płci itp.) oraz wtórnie – społeczne stosunki między nimi (np. stereotyp rewolucji);
- jego geneza jest społeczna, to znaczy jest przekazywany jednostce jako wyraz opinii publicznej w drodze wychowania przez rodzinę i środowisko, niezależnie od doświadczenia osobistego;
- w związku ze swoją funkcją wartościującą jest zawsze związany z określonym ładunkiem emocjonalnym (negatywnym lub pozytywnym);
- od strony wartości prawdziwościowej stereotyp jest bądź całkowicie sprzeczny z faktami, bądź z nimi zgodny częściowo, stwarzając pozory rzekomo całkowitej prawdziwości swych treści;
- jest długotrwały i oporny na zmiany, co wiąże się z niezależnością stereotypu od doświadczenia i z jego ładunkiem emocjonalnym;
- wymienione tu cechy umożliwiają realizację funkcji społecznej stereotypu, polegającej na obronie akceptowanych przez społeczeństwo czy gru-

⁶ Zob. A. S c h a f f: *Stereotypy a działania ludzkie*. Warszawa 1982.

pę wartości i ocen, internalizacja których – jako obowiązującej normy społecznej – jest warunkiem integracji jednostki w grupie;

- jest on zawsze związany ze słowem-nazwą (względnie z wyrażeniem złożonym z więcej niż jednego słowa), które stanowi impuls aktywizujący w określonym kontekście stereotypu;

- nazwa, z którą wiąże się stereotyp, najczęściej służy również jako nazwa odpowiedniego pojęcia, co prowadzi do mistyfikacji stereotypu jako odmiany pojęcia, choć różni się od niego zasadniczo, zarówno pod względem funkcji społecznej i poznawczej, jak też pod względem leżącego u ich podstaw procesu tworzenia odpowiednich sądów.

Myślenie ludzkie jest myśleniem werbalnym i stąd wielką uwagę należy przywiązywać do mistrzowskiego posługiwania się słowem. Pamiętać równocześnie należy o wieloznaczności słów, co występuje w praktyce toczonych sporów o interpretację pojęć i słów.

Jak stwierdziliśmy wyżej, rośnie zainteresowanie nauki sprawami opinii publicznej. Powodów wzrostu znaczenia opinii publicznej i zainteresowania nią nauki jest wiele. Przede wszystkim wchodzi tu w rachubę względy natury praktycznej. Każdy, kto chce przewodzić innym ludziom, zdaje sobie sprawę z tego, że znajomość ich opinii i postaw jest mu niezbędna. Jednak opinia publiczna jest tworem zmiennym, zjawiskiem fluktuującym. Można na nią wpływać, a w ostatnich latach wpływa się w skali dotąd nigdy nie spotykanej. Miernikiem tego zjawiska są chociaż-

by nieustannie rosnące wydatki przeznaczane na formowanie opinii publicznej przy pomocy różnych środków propagandy i reklamy. Wystarczy prześledzić rosnące lawinowo wydatki na kampanie wyborcze. Innym, ważnym miernikiem znaczenia opinii publicznej jest zakres jej badań i wydatkowane kwoty we wszystkich cywilizowanych krajach świata. Ogólnonarodowe, regionalne i lokalne sondaże opinii publicznej przeprowadzane są przez wyspecjalizowane placówki zarówno w Anglii, Stanach Zjednoczonych, jak i w Polsce czy Rosji. Zajmują się tym wyższe uczelnie i specjalne instytuty badawcze, a także mniej lub bardziej wykwalifikowane zespoły, powstające przy większych organach prasowych czy stacjach telewizyjnych.

Stan opinii publicznej zależy w dość istotnej mierze od oddziaływań perswazyjnych. Rozwój demokracji stwarza zapotrzebowanie na kształtowanie opinii publicznej. Udział szerokich rzesz obywateli w wyborach, rozwój różnego rodzaju instytucji przedstawicielskich, odpowiedzialność urzędników przed obywatelami powodują wzrost liczby osób wypowiadających się w sprawach publicznych. Można łatwo zauważyć, jak intensywne są zabiegi rządzących, zmierzające do wpływania na opinię publiczną przyjazną dla nich. Chodzi o stworzenie klimatu uznania dla określonej partii czy grupy rządzącej lub poszczególnych decyzji o znacznie większych skutkach społecznych, np. dla przeprowadzanych reform dotyczących ogółu obywateli. Zasięg oddziaływań na opinię publiczną jest tak wielki, iż dało

to asumpt do badania jej samodzielności i skali manipulowania nią. Przed laty, amerykański autor C.W. Mills w pracy *Elita władzy* (1961) twierdził, że zasięg manipulowania opinią publiczną jest tak wielki, że obywatele stają się biernym obiektem władzy. Dotyczyło to społeczeństwa amerykańskiego, ale współcześnie jest to już zjawisko powszechne. Zadawane są pytania o skalę autentycznego wpływu obywateli na wyniki wyborów. Jeśli np. frekwencja wyborcza jest niska, nie przekracza 50% uprawnionych do głosowania, jeśli dość znaczna liczba głosów jest nieważna, jeśli głosy te ulegają rozbiciu na kandydatów od dwu do kilkunastu, to jaki wpływ mają obywatele na to, kto nimi rządzi? Wychodzi na to, że to mniejszość decyduje o wynikach wyborów. W USA pojawiło się pojęcie „milczącej większości”, która nie bierze udziału w wyborach. Tym dziwniej brzmią wtedy słowa polityków o tym, że to naród ich wybrał, naród ich popiera.

Kolejną przyczyną wzrostu zainteresowania opinią publiczną jest upowszechnienie oświaty we wszystkich niemal krajach rozwiniętych gospodarczo. Wprowadzenie obowiązku szkolnego dla młodzieży i ograniczenie możliwości zatrudnienia młodocianych zwiększyło liczbę kształcących się na różnych poziomach. Ostatnio najbardziej rozwinięte kraje podają dane o liczbie obywateli z wyższym wykształceniem. Trzeba z zalem zaznaczyć, że nasz kraj mocno pozostaje w tyle za państwami Unii Europejskiej. Rozwój szkolnictwa, upowszechnienie telewizji, słowa drukowanego spowodowały podniesienie

się przeciętnego poziomu umysłowego obywateli. Ludzie bardziej wykształceni chętniej wypowiadają swoje opinie dotyczące szerszej skali problemów. Niewykształceni wypowiadają opinię w sprawach znajdujących tuż wokół nich, a wykształceni o sprawach regionu czy kraju. Pewien wpływ na wzrost roli opinii publicznej ma intensyfikacja kontaktów międzynarodowych (turystyka, praca, kształcenie, interesy). Ułatwione kontakty sprzyjają wymianie poglądów, wzbogacają spojrzenie obywateli na sprawy krajowe i międzynarodowe. Kampanie toczone wokół przyjęcia do Unii Europejskiej czy NATO pobudzają zainteresowanie sprawami międzynarodowymi. Szczególnie ma to miejsce, gdy rządy dążą do poparcia przez obywateli ich decyzji, np. w referendum. Dlatego funkcjonuje opinia o istnieniu „czwartej władzy”, jaką stanowią środki masowej informacji i dziennikarze. Ci, którzy posiadają owe środki bądź je kontrolują, uzyskują wielki wpływ na treść opinii publicznej. Istnieje rywalizacja nie tylko środków krajowych, ale i międzynarodowych. Wielkie centra informacji i propagandy dążą do ukształtowania przyjaznych opinii bądź neutralnych. Współcześnie toczą się wielkie kampanie reklamowe firm samochodowych, telekomunikacyjnych i innych o opanowanie opinii publicznej. Dotyczy to również polityki zagranicznej, jej posunięć na arenie międzynarodowej. Państwa o rozwiniętych środkach masowego przekazu, szczególnie telewizji, dominują na rynku mediów i mają znaczną lub domi-

nującą przewagę w działalności na rzecz urabiania opinii publicznej.

Obok oddziaływania na opinię publiczną innych narodów, m.in. przez działalność ośrodków informacyjnych, urzędników do spraw kontaktów z redakcjami w ambasadach, każdy rząd dąży do wpływu na opinię publiczną we własnym kraju. Od tej opinii zależy prestiż polityków i kół rządzących. Ważna jest opinia obywateli, gdy idzie o działalność legislacyjną oraz przy realizacji różnych przedsięwzięć organów władzy, gdy wymagane jest zrozumienie i współdziałanie obywateli. Jeśli organ państwowy chce zdobyć sobie zaufanie obywateli, nie wystarczy dobre funkcjonowanie. O swojej działalności musi systematycznie informować opinię publiczną. Stąd instytucje rzeczników rządu, ministerstw i różnych urzędów. Mają one analizować działalność środków masowego przekazu, polemizować z nimi, gdy uznają działalność za odbiegającą od potrzeb danego urzędu. Dostarczają też bieżącej informacji przez organizowanie konferencji prasowych, wydawanie biuletynów informacyjnych i różnych wydawnictw. Instytucje rzeczników urosły liczebnie i stanowią wielkie zespoły ludzkie, tworzące swoiste ogniwa władzy. Jeśli uprzednio, w niektórych krajach, organizowano urzędy do spraw informacji czy propagandy, to współcześnie każdy rząd, ministerstwo, urząd centralny czy też regionalny ma własne komórki informacyjne. Rola poznawania opinii publicznej i wpływ na nią jest powszechnie uznana.

Na łamach czasopism socjologicznych i politologicznych spotykamy roz-

ważania nad pytaniem: czy istnieje międzynarodowa opinia publiczna? Pojawia się coraz więcej odpowiedzi na „tak”. Piśsze się i mówi o europejskiej opinii publicznej czy światowej opinii publicznej. Ma to związek 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 też niektóre gazety i czasopisma o ustalonej renomie, wydawane w USA, Wielkiej Brytanii, RFN, Francji. Ich opinie często powtarzają inne media w wielu krajach. Następuje przepływ opinii między różnymi krajami. Dotyczy to również stacji telewizyjnych w rodzaju amerykańskiej CNN. Można spotkać się z widocznym przejawem wpływu na opinię publiczną. Protesty w wielu krajach przeciwko próbom nuklearnym, przeciwko więzieniu bojowników o prawa człowieka czy też innych działań zagrażających człowiekowi, np. w RFN protesty przeciwko transportowi odpadów nuklearnych. Możemy więc powiedzieć, że istnienie opinii w niektórych ważkich sprawach znajduje swoje odbicie w demonstracjach publicznych w wielu krajach.

O tym, że problemy opinii publicznej są bardzo złożone, kryją pułapki, świadczy interesujący dokument *Vademecum dziennikarstwa BBC*, wydany w Warszawie w 1993 roku. Fragmenty jego przedstawiły autorki wspomnianej pracy wrocławskich pracowników nauki *Teoria i praktyka propagandy*:

– badania opinii publicznej dobrze odzwierciedlają postawy i trendy. (Do-

starczają one ogólnego obrazu postaw społeczeństwa i należy to uwzględniać przy posługiwaniu się ich wynikami. Istnieje wiele rodzajów badań opinii.);

– badania tradycyjne – są to bezpośrednio wywiady przeprowadzane w skali całego kraju. (Każdy wywiad przeprowadza się na próbie 1000–2000 osób.);

– badania telefoniczne – są korzystne z tego względu, że pozwalają uniknąć problemów związanych z odległością czy koncentracji badania na jednym terenie. (Trzeba jednak brać pod uwagę fakt, że mogą wziąć w nich udział tylko posiadacze telefonów.);

– badania panelowe wykorzystujące grupy stałych respondentów – rodzą ryzyko, że respondenci, uczestnicząc w wielu kolejnych badaniach, z czasem przestają odpowiadać jak przeciętni obywatele;

– wtórna analiza wyników badań – łączy rezultaty kilku podobnych badań. Aktualizuje je wraz z napływem nowych danych. (Jeśli jest prawidłowo wykonana, jej wiarygodność jest równie wysoka jak innych typów badań.);

– badania kroczące – łączą wyniki badań przeprowadzanych na małych grupach w ciągu kilku kolejnych dni, np. próba w grupie tysiącosobowej powstaje z badań wykonywanych w ciągu pięciu dni na grupach dwuosobowych. Rezultat powinien być publikowany dopiero po pięciu dniach.

Wszelkie badania mogą być mylące. Każde badanie ma margines błędu w granicach plus-minus 3%. Wobec tego wynik wskazujący czyjaś 6% przewagę może w istocie dotyczyć sytuacji równo-

wagi i remisu. Błąd może przekroczyć 3%, a czasem nawet może być dużo wyższy. Każde pojedyncze badanie, które sugeruje gwałtowną zmianę w postawach, powinno być traktowane sceptycznie.

Należy zwracać baczną uwagę na odpowiedzi „nie wiem”. Zwykle w badaniach, w których chodzi o intencje wyborców co do sposobu głosowania, liczba odpowiedzi „nie wiem” waha się w granicach 10–15%. Jeśli liczba jest wyższa, może to oznaczać, że mamy do czynienia z nienormalnie płynną sytuacją wśród wyborców.

Natomiast w relacjonowaniu wyników badań należy brać pod uwagę następujące przesłanki:

– badania opinii dostarczają cennych wskazówek dotyczących postaw społecznych. (Powinniśmy traktować ich wyniki właśnie jako wskazówki, a nie jako niepodważalny dowód na istnienie pewnych tendencji w opinii publicznej.);

– wyniki badań trzeba rozpatrywać w połączeniu z rezultatami badań wcześniejszych. (Najwartościowsze są one wtedy, gdy traktujemy je jako część ogólniejszego trendu, jak punkt na wykresie. Perspektywa czasowa powinna być jak najbardziej rozległa. W przypadku kampanii wyborczej powinna sięgać co najmniej jej początku.);

– jeśli wyniki badania znacznie różnią się od dotychczasowych, może to oznaczać albo rzeczywistą zmianę tendencji, albo też to, że badanie zostało przeprowadzone nieprawidłowo. (Należy poinformować widzów lub słuchaczy o obu tych możliwościach.);

– badania, w których chodzi o intencje wyborców, powinny być traktowane ze szczególną ostrożnością. (Nawet mała, mieszcząca się w granicach błędu, różnica dotycząca partii politycznych może poważnie wpłynąć na wynik wyborów.);

– nie należy nadmiernie podkreślać wyników pojedynczego badania i od czasu do czasu trzeba podać margines błędu;

– badania opinii nie dostarczają żadnych pewników. „Sugerują”, „wskazują”, lecz nie „dowodzą”, nie ujawniają ani nie „potwierdzają”;

– wraz z wynikami badań podaje się też nazwę ośrodka, który je przeprowadził, zleceniodawcę, datę badania i liczebność grupy respondentów;

– w imię uczciwości należy przytaczać wyniki badań przeprowadzonych w całym kraju przez sześć dużych instytucji: Gallupa, ICM, Harrisa, MORI, NOP i Audience Selection;

– należy wystrzegać się mylących nagłówków prasowych na temat wyników najświeższych badań. (Relacje należy przygotowywać na podstawie, jak najpełniejszych wersji wyników.);

– podczas prezentacji wyników badań w telewizji należy pamiętać o tym, że: podstawa wykresu na wysokości, np. 15% niekorzystnie wpływa na graficzny obraz poparcia, jakim cieszy się partia, która otrzymuje 20%⁷.

Można stwierdzić, że Anglicy dbają o to, by kształtowanie opinii nie było

utożsamiane z tendencyjną propagandą. Właśnie podkreślanie obiektywizmu należy do cech dziennikarzy zatrudnionych przez BBC.

Siła opinii publicznej jest siłą głównie moralną. Opinia tworzy i podtrzymuje moralny autorytet organizacji społecznych, instytucji i pojedynczych osób. Samopoczucie i samoocena człowieka zależy od tego, czy otoczenie pochwała lub potępia jego działalność, zależy od moralnej aprobaty ze strony środowiska. Człowiek, żyjąc w społeczeństwie, nie może nie liczyć się z opinią publiczną, a siła tej ostatniej polega na obiektywnie istniejącej więzi między społeczeństwem a jednostką. Swój autorytet moralny opinia publiczna podtrzymuje, wyrażając nieustannie oceny postępowania poszczególnych ludzi i całych grup oraz instytucji.

Współczesny etap życia społeczeństwa i państw cechuje wzrost roli opinii publicznej. W państwach demokratycznych przywiązuje się większą rolę do jej kształtowania. W państwach autorytarnych jest ona manipulowana i nie ma szans na odgrywanie większej roli. Ale nawet i w tych państwach nie można na dłuższą metę jej ignorować.

W słowach kończących można podkreślić, że rola opinii publicznej we współczesnej polityce jest olbrzymia. I jest to fakt, który musi być brany pod uwagę w życiu publicznym.

⁷ Por. *Vademecum dziennikarstwa BBC*. Warszawa 1993, s. 97–99.

Czesław Mojsiewicz:

The role of the public opinion in politics

The paper touches on the up-to-date problem concerning the role of the public opinion in politics. The process of democratic transformation causes and must cause an increase in the role the citizens play in coping with various matters and making appropriate decisions. The thing is that those who decide should take the public opinion into consideration. Specialised institutes carry out polls pointing in this way at the atmosphere and the opinion of the public. Spokespersons also play their important role. In fact the efficient governing is hardly possible without knowing the public opinion, which particularly matters during the election campaign. The author takes up a number of problems regarding the poll and moulding the public opinion.