

Tytuł: **Sondaże - zwierciadło społeczeństwa. Rytuały komunikacyjne a kreowanie wiedzy wspólnej**

Autorzy: Izabella Anuszevska

Wydawnictwo: CeDeWu.pl

Rok wydania: **2010**

Opis:

Sondaże opinii, choć budzą - zwłaszcza ostatnio - wiele emocji i zainteresowania, stanowią w istocie jedynie przykład działania bardziej ogólnych mechanizmów. Mechanizmów, które dochodziły do głosu dużo wcześniej, niż pojawiły się badania sondażowe wraz z praktyką publikowania na szeroką skalę ich wyników. Mechanizmy te są wręcz pierwotne dla naszego gatunku, a ich ślady można odnajdywać we wszelkich rytuałach, w które obfituje historia kultury.

Podejściem spajającym powyższe zjawiska jest koncepcja, według której sondaże okazują się jednym z przejawów wiedzy wspólnej (ang. common knowledge), czyli uświadomionej wiedzy społeczeństwa o nim samym. Istnienie i dzielenie tej wiedzy tłumaczy wiele naszych zachowań zarówno na poziomie indywidualnym, jak i w skali większych zbiorowości. Dość powiedzieć, że wiedza wspólna leży u podłoża komunikacji międzyludzkiej, a szerzej: wszelkiej koordynacji działań. Skutecznym sposobem na generowanie wiedzy wspólnej okazują się zaś rytuały komunikacyjne.

Temu rozumowaniu została podporządkowana struktura książki i dlatego w pierwszej kolejności obszernie wprowadzone jest pojęcie wiedzy wspólnej począwszy od jego ujęć formalnych, a skończywszy na praktycznych egzemplifikacjach. Potem następuje opis tego, jak wspólna wiedza formuje się, ze szczególnym zwróceniem uwagi na funkcję, jaką mają tu do spełnienia rytuały komunikacyjne. I wreszcie przedstawiona jest tytułowa rola sondaży opinii, które dzięki massmediom stają się zwierciadłem, pozwalającym na budowanie społecznej samowiedzy.

Dr Izabella Anuszevska ukończyła studia na Uniwersytecie Warszawskim na Wydziale Psychologii oraz na Wydziale Mechaniki, Matematyki i Informatyki. Doktorat obroniła w Instytucie Socjologii UW. Prelegentka na wielu konferencjach, zarówno o tematyce metodologicznej, jak i poświęconych massmediom. Jest również autorką publikacji o tej tematyce. W latach 2002-2006 prowadziła zajęcia dydaktyczne w Instytucie Socjologii UW z analiz danych sondażowych, metodologii badań społecznych oraz ich zastosowań w perspektywie marketingowej. Od 15 lat pracuje w Instytucie badań rynku i opinii MillwardBrown SMG/KRC na stanowisku dyrektora jednego z zespołów badawczych. Autorka wielu artykułów w prasie branżowej popularyzujących wiedzę o badaniach rynkowych.

Spis treści:

Wstęp	9
Koncepcja wiedzy wspólnej teorią socjologiczną	9
Struktura książki.....	11

Novum podejścia	12
Część I	
Rozdział 1	
Intuicyjne i formalne definicje oraz właściwości wiedzy wspólnej	17
1.1. Przykłady ilustrujące pojęcie wiedzy wspólnej	18
1.2. Historia pojęcia i pierwsze systematyczne ujęcia	20
1.3. Wiedza prywatna, powszechna i wspólna	21
1.4. Podejście hierarchiczne	22
Możliwe stany świata	22
Wiedza podmiotu	23
Zbiór możliwości i prywatny system informacyjny	24
1.5. Podejście Lewisa	29
1.6. Podejście Aumanna	34
1.7. Podejście Barwise'a	38
1.8. Podejście Gilbert	41
Rozdział 2	
Wiedza wspólna w teorii gier	45
2.1. Najważniejsze pojęcia teorii gier	46
Rozwiązania w grach strategicznych	47
Rozwiązania w grach ekstensywnych	50
Rozwiązania w grach o sumie niezerowej	54
Równowaga Nasha	55
Wynik optymalny w sensie Pareto	56
2.2. Zastosowanie pojęcia wiedzy wspólnej do teorii gier	57
Wiedza wspólna o racjonalności graczy	58

Eliminowanie strategii zdominowanych	60
Równowaga skorelowana	63
Wiedza graczy a równowaga Nasha	63
Przewycięzanie dylematu więźnia.....	65
Indukcja wsteczna	66
Rozdział 3	
Wiedza wspólna w sytuacjach interakcji społecznej	73
3.1. Konwencje	74
3.2. Komunikacja.....	76
Interakcjonizm symboliczny	77
Przykłady funkcji wiedzy wspólnej w komunikowaniu się	78
Zasady konwersacji naturalnej	80
3.3. Problemy koordynacyjne	82
Ilustracje i klasyczne przykłady problemów koordynacyjnych	82
Kreowanie poczucia tożsamości grupowej	83
3.4. Sposoby generowania wiedzy wspólnej	85
Poprzez osobistą komunikację	86
Dzięki sieciom komunikacyjnym	91
Dzięki osobie mediatora	98
Za pośrednictwem mediów	100
3.5. Czy wiedza wspólna jest konieczna w praktycznym procesie komunikacji	101
3.6. Niejednoznaczne społeczne konsekwencje wiedzy wspólnej	103
Negocjacje	103
Konsekwencje psychologiczne i ekonomiczne	105

Część II

Rozdział 4

Ewolucyjnie ukształtowane podstawy poznawcze wiedzy wspólnej	111
4.1. System psychologii intuicyjnej	112
Pojęcia i schematy pojęciowe	112
Systemy skojarzeniowe	114
Człowiek w środowisku informacyjnym	116
Tworzenie koalicji	118
4.2. Kumulatywna ewolucja kulturowa	120
Mechanizm zapadki kulturowej	120
Uczenie się przez naśladowanie oraz intencjonalne nauczanie	121
Socjogeneza	122
4.3. Teoria podwojnego dziedziczenia	123
Ewolucyjna geneza zdolności kulturowych	124
Koewolucja kulturowo-genetyczna	125
Natura psychologicznych mechanizmów społecznego uczenia się	126
4.4. Implikacje przyjmowania perspektywy innych	129
Rozumienie zasad obowiązujących w świecie	129
Tworzenie zasad funkcjonowania	130
4.5. Wspólne kierowanie uwagi	132
Wspólne kierowanie uwagi w procesie komunikacji	133
Sceny wspólnej uwagi	134
Rozdział 5	
Rytuał jako mechanizm generowania wiedzy wspólnej	137
5.1. Definicje pojęcia	138

Potoczne rozumienie rytuału	138
Własności rytuałów i definicja przekrojowa	139
Społeczny charakter rytuałów i definicja funkcjonalna	140
Wspólne elementy w różnych definicjach rytuału	141
5.2. Funkcje społeczne rytuału	142
Podejście Durkheima	142
Legitymizacja porządku społecznego	144
Wpływ społeczny	145
Goffmana koncepcja zachowanej twarzy	146
Uczestnictwo w społeczeństwie	147
5.3. Funkcje komunikacyjne rytuału	148
Podejście etologiczne	149
Osadzenie komunikatu w zastanym porządku społecznym	149
Komunikowanie natury relacji społecznych:	
hierarchii i zmiany	150
Komunikowanie ról społecznych	152
Stosunek do innych i autoprezentacja	153
Wystylizowanie rytuałów.....	154
5.4. Rytuał a wiedza wspólna	154
Sterowanie uwagą	155
Sposób rytualnego generowania wiedzy wspólnej	155
Kreowanie wiedzy wspólnej przez rytualnych przywódców	155
Część III	
Rozdział 6	
Funkcje i znaczenie opinii publicznej	163

6.1. Opinia publiczna ? sposoby ujmowania	164
Model agregatowy społeczeństwa	164
Model kolektywny.....	165
Definicje pojęć związanych z opinią publiczną	166
Definicje opinii publicznej	167
6.2. Zarys historyczny pojęcia	170
Historia badań opinii publicznej w Ameryce	172
Historia badań opinii publicznej w Polsce	173
Badania opinii publicznej w Polsce po transformacji ustrojowej	176
Badania w świadomości Polaków	178
Relacja pomiędzy zjawiskiem opinii publicznej a jego badaniem	180
6.3. Funkcje opinii publicznej	181
Znaczenie psychologiczne	181
Integracja społeczeństwa	183
Legitymizacja władzy	184
Kontrola społeczna	185
Społeczeństwo obywatelskie	186
6.4. Teoria spirali milczenia	187
Lęk przed odrzuceniem	187
Twarde jądro	188
Czujność w obserwacji otoczenia	189
Konsekwencje spirali milczenia	191
Wybory z 1989 roku przez pryzmat spirali milczenia	191
Zjawisko last minute swing	192
Wybory z 2007 roku przez pryzmat spirali milczenia	193

Utrwalanie struktury społecznej	196
Rozdział 7	
Sondaże elementem rytuału komunikacyjnego	201
7.1 Sondaże społeczne domeną socjologii empirycznej	202
Przedmiot poznania socjologii empirycznej	202
Osoba badacza z perspektywy socjologii empirycznej	204
Obszary zastosowania badań	204
Założenia teoretyczne socjologii empirycznej	205
Rola socjologii empirycznej	206
7.2. Rosnąca popularność sondaży	207
Rozwój branży badawczej	207
Nowi zleceniodawcy, nowi respondenci i nowe metody	208
7.3. Rytualna forma komunikatów badawczych	211
Tworzenie relacji społecznych	212
Wyniki badań społecznych jako przedmiot komunikacji	213
Rola ekspertów badaczy	213
Rola publicystów	216
Rola specjalistów z badanych dziedzin	218
Akulturacja komunikatów badawczych	219
Rytualne cechy komunikatów badawczych	220
7.4. Funkcje komunikatów badawczych	221
Tematy do stołu obrad	223
Kształtowanie klimatu opinii na tematy polityczne	224
Kształtowanie klimatu opinii w kwestiach komercyjnych	225
Kształtowanie klimatu opinii na temat mediów	225

Zadania komunikatów badawczych	226
Rozdział 8	
Media masowe kanałem rozprzestrzeniania rytuałów komunikacyjnych generujących wiedzę wspólną	229
8.1. Media i rytuały.....	230
Cykliczna zależność media - rytuały	231
Rytualna konstrukcja przekazów medialnych	233
8.2. Media i wiedza wspólna	234
Współuczestniczenie w odbiorze informacji	234
Informacja o kwestiach społecznie ważnych.....	235
Akulturacja norm	236
8.3. Rola badań i wskaźników medialnych	236
Wydatki reklamowe miarą popularności medium	236
Względna ważność twardych danych oraz wyników z badań medialnych na przykładzie prasy	239
8.4. Podwojny klimat opinii	242
Media - źródłem oglądu świata	242
Następstwa podwojnego klimatu opinii	243
8.5. Medialne życie komunikatów sondażowych	245
Kwestia bezstronności mediów w nakręcaniu spirali milczenia	247
Przykład nieefektywnej próby generowania wiedzy wspólnej	250
8.6. Konsekwencje medialnego generowania wiedzy wspólnej	256
Pułapki wiedzy wspólnej - utrzymywanie się fałszywej samowiedzy	256
Parametry opisujące status wiedzy wspólnej	259
Zakończenie	261

Bibliografia	265
Książki i artykuły w czasopismach	265
Artykuły z gazet codziennych	271
Źródła internetowe	272
Odczyty, wykłady	272