

JOLANTA SALA

Powiślańska Szkoła Wyższa

HALINA TAŃSKA

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski

SYNDROM „KOTA W WORKU” W SPOŁECZEŃSTWIE INFORMACYJNYM

Wprowadzenie

Ustawiczne zmaganie z utopijnymi aspektami strategii rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce wiąże się bezpośrednio z doświadczaniem zidentyfikowanych relatywnie dawno, ale ciągle zbyt mało znanych zjawisk „asymetrii informacyjnej” i „kota w worku”. Istotna jest każda próba odpowiedzi na pytanie: co dalej z „dziedzictwem” społeczeństwa informacyjnego w kontekście światowego kryzysu gospodarczego, społecznego, politycznego, a w konsekwencji kulturowego?

Wobec powierzchowności, relatywności i iluzoryczności podejścia do niektórych problemów społeczeństwa informacyjnego podjęto próbę sformułowania metodycznie poprawnej analizy weryfikującej potencjał realizacyjny strategii tworzenia społeczeństwa informacyjnego na poziomie państwa. Podstawą do tego przedsięwzięcia jest przekonanie o dobrej znajomości przeszłego oraz

aktualnego stanu i rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce¹. Postęp podjętych prac jest jednak mało satysfakcjonujący z powodu żmudnego procesu identyfikacji granicy *Pomiędzy utopią a rzeczywistością rozwoju społeczeństwa informacyjnego*².

1. Pomiędzy utopią a rzeczywistością

Poszukiwania metodyczne trwają od kilku lat, a istotnym celem wydaje się poprawienie szeroko rozumianego potencjału realizacyjnego oraz zminimalizowanie iluzoryczności i utopijności. Niewątpliwie można podnieść potencjał realizacyjny strategii rozwoju społeczeństwa informacyjnego w przypadku zidentyfikowania odpowiedniego punktu odniesienia. Punktem odniesienia jest diagnoza, rozumiana jako rozpoznanie rzeczywistości, a rzeczywistość jest tym, co jest rzeczywiste, co obiektywnie istnieje, co jest prawdziwe³. Za punkt odniesienia można także uznać następujący zestaw dokumentów zwanych „ramami działania w zakresie rozwoju społeczeństwa informacyjnego”:

- Strategia Rozwoju Kraju 2007–2015,
- Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007–2013 oraz Programy Operacyjne,
- Plan Informatyzacji Państwa na lata 2007–2010,

¹ Liczne publikacje autorek dotyczyły różnych aspektów społeczeństwa informacyjnego, tj. m.in. edukacji, kwalifikacji, rynku pracy, wykluczenia: J. Sala, H. Tańska, *Perspektywy rynku pracy społeczeństwa informacyjnego w Polsce*, w: *Spółczesność informacyjna. Krok naprzód, dwa kroki wstecz*, red. P. Sienkiewicz, J.S. Nowak, Polskie Towarzystwo Informatyczne – Oddział Górnośląski, Katowice 2009; J. Sala, H. Tańska, *Kształcenie kadr dla potrzeb gospodarki elektronicznej*, w: *Współczesne aspekty informacji*, red. J. Goliński, K. Krauze, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2008; J. Sala, H. Tańska, *Portal korporacyjny drogą do nadrobienia zaniechań w rozwoju polskiego społeczeństwa informacyjnego*, w: *Technologie i systemy informatyczne w organizacjach gospodarki opartej na wiedzy*, red. E. Ziemia, Wydawnictwo WSB, Poznań 2008; J. Sala, H. Tańska, *Kwalifikacje społeczeństwa informacyjnego*, w: *Problemy społeczeństwa informacyjnego*, red. A. Szewczyk, Wydawnictwo Printshop, Szczecin 2007; J. Sala, H. Tańska, *Wykluczenia w globalnym społeczeństwie informacyjnym w kontekście niedorozwoju rynku usług telekomunikacyjnych i pocztowych w warunkach postępującej elektronicznej gospodarki*, w: *Funkcjonowanie rynku telekomunikacyjnego i pocztowego w warunkach postępującej elektronicznej gospodarki*, red. H. Babis, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2006.

² Tytuł jednej z publikacji autorskich.

³ Encyklopedyści dodają: Widzenie, odtworzenie rzeczywistości. Afirmacja rzeczywistości. Poznawanie rzeczywistość. Zestawiać fikcję z rzeczywistością. Coś odpowiada rzeczywistości, czyli coś jest zgodne z faktami. Coś się staje rzeczywistością, zmienia się w rzeczywistość tzn. coś się spełnia, dokonuje urzeczywistnienia. W rzeczywistości oznacza naprawdę, w istocie, istotnie, faktycznie, rzeczywicie.

- Ustawa o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne,
- Strategia rozwoju szerokopasmowego dostępu do Internetu,
- Strategie sektorowe przygotowane przez poszczególne resorty,
- Regionalne Programy Operacyjne,
- Regionalne strategie rozwoju społeczeństwa informacyjnego⁴.

Punktu odniesienia należy także poszukiwać w strategii *Polska 2030. Wyzwania rozwojowe*⁵. Niestety, do głównych wniosków z tych poszukiwań można zaliczyć następujące:

- nie udało się wykluczyć odczucia iluzoryczności wyzwań rozwojowych, a opinia sprowadzająca raport *Polska 2030* do poziomu utopijności nawet się zaostrzyła,
- nie udało się w sposób uporządkowany wyodrębnić relacji między wyzwaniami rozwojowymi *Polska 2030* a strategią rozwoju społeczeństwa informacyjnego,
- jeżeli potencjał realizacyjny strategii na niższym poziomie epistemologicznym (źródłowym) nie jest wiarygodny, to potencjał realizacyjny tej strategii (m.in. społeczeństwa informacyjnego) także nie jest wiarygodny;
- długi horyzont czasowy strategii rozwoju (a społecznego rozwoju w szczególności) zobowiązuje do szczególnej troski o pomiary wyników, gdyż zgodnie z jedną z zasad D. Osborne’a i T. Gaeblera: „jeśli nie umie się rozpoznać porażki, nie można uniknąć podobnej porażki w przyszłości”;
- polityczna siła promocyjnych stereotypów i przyzwyczajzeń dotyczących objaśniania zjawisk i zdarzeń z obszaru społeczeństwa informacyjnego jest jeszcze wszechobecna i utrudnia to obiektywny dystans wnioskowania.

Niestety, wizja⁶ i misja⁷ strategii rozwoju społeczeństwa informacyjnego wydają się być demagogią⁸, czyli składaniem obietnic bez pokrycia, za to schle-

⁴ www.mswia.gov.pl (02.2011).

⁵ *Polska 2030. Wyzwania rozwojowe*, red. M. Boni, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2009, www.zds.kprm.gov.pl (07.2010).

⁶ Aktywne społeczeństwo osiągające wysoką jakość życia w sferze osobistej i społecznej, www.mswia.gov.pl.

⁷ Powszechne i efektywne wykorzystanie wiedzy i informacji do harmonijnego rozwoju w wymiarze społecznym, ekonomicznym i osobistym, www.mswia.gov.pl.

⁸ Według encyklopedystów demagogia to sposób mówienia, przekonywania w dyskusji, na wiecu itp. polegający na świadomym używaniu argumentów nieprawdziwych, jednak takich, których fałszywość jest trudna do stwierdzenia; ponadto posługiwanie się słowami wieloznacznymi i niejasnymi; świadome oszukiwanie słuchaczy dla osiągnięcia zamierzonego celu.

biających oczekiwaniom słuchaczy i sposobem wpływania na opinię, zyskiwania sobie zwolenników. Wobec tego mamy do czynienia z mistyfikacją⁹, czyli z celowym wprowadzaniem kogoś w błąd przez karmienie go pozorami prawdy, udawaniem prawdy po to, żeby kogoś oszukać. Jednak nie jest łatwo demaskować – ujawniać czyjeś kłamstwa, fałsz, niegodziwe postępowanie i zamiary. Nie sposób także wskazać *panaceum*, czyli środka, który potrafi rozwiązywać wszystkie problemy oraz będzie sposobem na wszystkie kłopoty. Istotnym postępem będzie przyznanie, że idea społeczeństwa informacyjnego nie jest nowym lekiem na naszą starą biedę.

W konsekwencji powyższego warto przypomnieć, że w dorobku socjologii utopia oznacza ideologię głoszącą zasadniczą przebudowę społeczeństwa, lecz nieeliczącą się z obiektywnymi możliwościami rozwoju historycznego i prawidłowościami nimi rządzącymi. Wobec tego trzeba nadal poszukiwać granic między utopią a rzeczywistością w rozwoju społeczeństwa informacyjnego, który nie może przecież być *perpetuum mobile!*

2. Syndrom „kota w worku”

„Informacja jest szczególnym dobrem ekonomicznym”¹⁰ podkreśla J. Oleński, niestrudzony twórca podstaw metodologicznych ekonomiki informacji. Niewątpliwie „kompleks zjawisk określanych terminem społeczeństwa informacyjnego jest ważnym pojęciem ekonomicznym” oraz „z ekonomicznego punktu widzenia pojęcia gospodarki i społeczeństwa informacyjnego można traktować, jako pojęcia węższe względem gospodarki i społeczeństwa postindustrialnego”¹¹. Tak więc społeczeństwo informacyjne jest kategorią ekonomiczną, a podmioty w nim funkcjonujące potrzebują funkcjonalnego minimum informacyjnego. Wobec tego konieczne jest także wspomnienie o takich aspektach towarzyszących naukom ekonomicznym jak konkurencyjność, efektywność i innowacyjność. Ich syntetyczną definicję zaprezentowano na rysunku 1. Definicja uświadamia pragmatyczne kierunki rozwoju społeczeństwa informacyjnego bez wnikania w szczegóły.

⁹ Według encyklopedystów mistyfikować oznacza celowo wprowadzać w błąd, oszukiwać. Mistyfikator to sprytny oszust, osoba celowo wprowadzająca kogoś w błąd; sprawca mistyfikacji.

¹⁰ J. Oleński, *Elementy ekonomiki informacji*, Katedra Informatyki Gospodarczej i Analiz Ekonomicznych Wydział Nauk Ekonomicznych Uniwersytet Warszawski 2000, s. 19–20.

¹¹ Tamże, s. 492.

Funkcjonowanie i rozwój gospodarki narodowej w Polsce jest punktem odniesienia do funkcjonowania i rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Niestety, brakuje wiarygodnych informacji (zasygnalizowanych na rys. 1) o czynnikach rozwoju Polski. Niewątpliwie wraz z dynamicznymi zmianami o charakterze globalnym, narodowym, regionalnym i lokalnym rośnie zapotrzebowanie ludzi na funkcjonalne minimum informacyjne.



Rys. 1. Główne czynniki funkcjonowania i rozwoju gospodarek narodowych
 Źródło: The Global Competitiveness Report 2008–2009, za: M. Boni, dz. cyt., s. 11.

„Konsekwencją stale rosnącego funkcjonalnego minimum informacyjnego, wysokiego poziomu i stałego wzrostu wymagań informacyjnych, jakim człowiek powinien sprostać, aby mógł spełniać swoje funkcje, jest pogłębiająca się polaryzacja społeczna, kulturalna i ekonomiczna społeczeństw, regionów i krajów. Przyczyną polaryzacji są różnice w posiadanych zasobach informacyjnych oraz w możliwościach dostępu do światowych zasobów i systemów informacyjnych. Są to »luki informacyjne«, z których należy wymienić przede wszystkim¹²: lukę edukacyjną, techniczną, językową, polityczno-prawną. Wypełnienie luki informacyjnej¹³ jest jednym z zadań infrastruktury informacyjnej państwa, której poziom

¹² Tamże, s. 497–498.

¹³ Korzystanie z zasobów informacyjnych wymaga specjalnych urządzeń technicznych, rozwiązań prawnych i organizacyjnych oraz środków finansowych. Dobrze rozwijające się dotąd polskie społeczeństwo ponosiło te koszty, ale na co nas będzie stać w dobie kryzysu?

w naszym kraju ustawicznie spada (mimo pozorów wzrostu). Z jednej strony aspirujemy do gospodarek efektywnych i innowacyjnych, a z drugiej nie potrafimy wykorzystać krajowych zasobów, a zasobów informacyjnych szczególnie.

Kategoria ekonomiczna nazwana syndromem „kota w worku” wyjaśnia specyfikę różniącą informację od wszystkich innych dóbr i usług. „Nazwa ta dobrze oddaje istotę rzeczy. Cechą różniącą informację od wszelkich innych dóbr i usług jest to, że jej użytkownik lub nabywca zawsze, a jej producent często nie wiedzą *ex ante*, jaką informację zawierają bądź zawierać będą otrzymywane lub produkowane przez nich wiadomości. Informacja znana odbiorcy traci swoją wartość użytkową i rynkową. Zatem odbiorca informacji na rynku zawsze »kupuje kota w worku«, a producent informacji często »sprzedaje kota w worku«. Kategoria syndromu »kota w worku«, mimo kolokwialnej nieco nazwy, pozwala na naukowe wyjaśnienie niejednego paradoksu współczesnej gospodarki pełniej niż popularne dziś pojęcie asymetrii informacyjnej, która jest jednym z wielu elementów tego syndromu”¹⁴. Warto podkreślić, że asymetria informacyjna jest zjawiskiem powszechnym na rosnącym i dynamicznie zmieniającym się rynku dóbr i usług, ale ma ona charakter niepełny i przed dokonaniem transakcji sprzedaży-zakupu może być zmniejszona. Informację jako towar charakteryzuje natomiast pełna asymetria informacyjna, a wobec tego zarówno sprzedawca, jak i kupujący na rynku informacyjnym spotykają się z tym bardzo trudnym i niekomfortowym syndromem „kota w worku”. Społeczeństwo informacyjne dojrzeźwa do niektórych cech transakcji sprzedaży-zakupu na rynku informacyjnym, ale wielość zjawisk związanych z tym syndromem bardzo go różni od innych rynków. Trudności z wyjaśnieniem tych zjawisk sprawiają, że społeczeństwo informacyjne działa w warunkach wysokiego ryzyka i niepewności. Producenci i sprzedawcy towaru, jakim jest informacja, ponoszą wysokie koszty marketingu na rynku informacyjnym, a kupujący w bardziej dojrzałych segmentach rynku informacyjnego uczą się wyczuwać specyfikę swoich decyzji zakupu w obszarach subiektywnej identyfikacji, wiedzy i oceny oraz struktury metainformacji tego segmentu rynku.

Czas dojrzewania społeczeństwa informacyjnego wiąże się, niestety, z ogromem zachowań przypadkowych oraz patologicznych, choć w przypadku ustandaryzowanych, powtarzalnych produktów informacyjnych kształtuje się on podobnie jak na innych rynkach. Na rynku informacyjnym zwielokrotniona jest rola autorytetu i zaufania do niego oraz znaczenia naśladownictwa. Społeczeństwo informacyjne doświadcza przypadkowości ofert informacyjnych, produk-

¹⁴ J. Oleński, dz. cyt., s. 19–20.

tów o nieokreślonej jakości, często bezużytecznych i o ogromnej rozbieżności cenowej. Społeczeństwo informacyjne jest nieustannie wystawiane na próbę niestabilności rynku informacyjnego, szokując skoki podaży i popytu oraz zmiany cen. Specyficzna i kluczowa jest także rola infrastruktury informacyjnej państwa, która powinna wpływać stabilizująco na rynek informacyjny, jednak z trudem identyfikowane są powinności państwa wobec społeczeństwa informacyjnego i dochodzi do wielu nieprawidłowości.

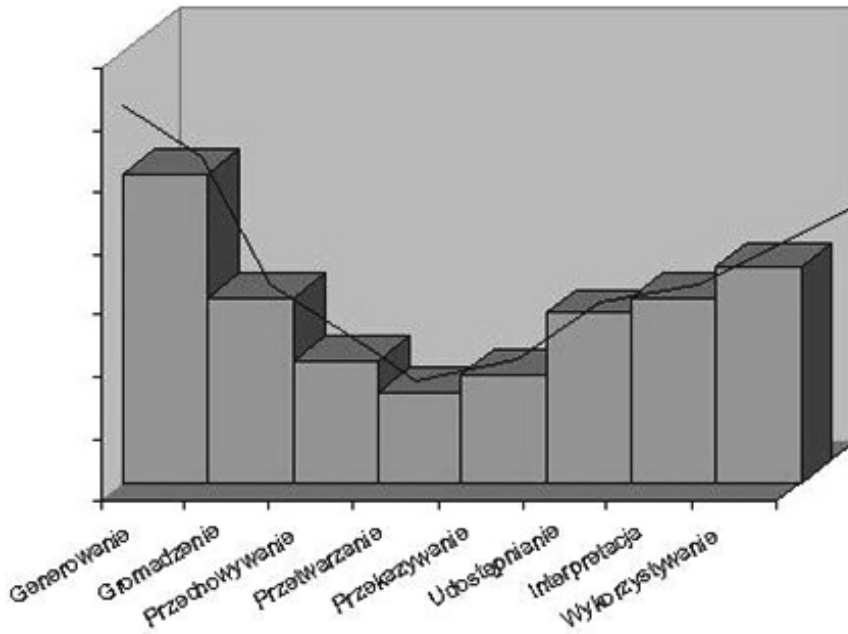
3. Życie wirtualne – obok czy zamiast?

Źle zorganizowana powszechna edukacja informatyczna (TI, ICT) sprawia, że coraz mniej jest chętnych do studiowania informatyki i zdobywania tego typu kwalifikacji zawodowych. Spektakularny w przeszłości proces przekwalifikowywania nauczycieli (głównie wychowania technicznego, języka rosyjskiego i innych negatywnie zweryfikowanych) doprowadził do upadku autorytetu nauczyciela ICT oraz straty czasu na lekcjach, który przeznaczają się na gry komputerowe. Jest to efekt decyzji implementacyjnych strategii stawiających czas i ilość nad jakością. Za środki publiczne zafundowaliśmy dobre samopoczucie światłej i świetlanej przyszłości, degradując jednocześnie potencjał rzeczywisty.

W obszarze „ekonomicznej higieny dojrzewiania” społeczeństwa informacyjnego powinno być eksponowane znaczenie elementarnej wiedzy, a przynajmniej świadomości funkcji wszelkich procesów informacyjnych i ich kosztów kształtujących się w postaci siodła kosztów informacji. Poziom iluzoryczności oraz liczbę „ofiar” wielu przedsięwzięć społeczeństwa informacyjnego można zmniejszyć przez upowszechnienie prawidłowości kosztowych (rys. 2). Niestety, upominanie się o konieczność nauczania „ekonomiki informacji” w szkołach wyższych i na studiach podyplomowych związanych z gospodarką elektroniczną przypomina „wołanie na puszczy”.

W społeczeństwie mamy coraz mniej młodzieży i ludzi młodego pokolenia. Niestety coraz więcej młodych ulega różnym degradującym słabościom, czyli nikotynizmowi, alkoholizmowi, narkomanii, seksualizmowi, a także nowemu zjawisku, które nazywane jest netoholizmem albo uzależnieniem od gier internetowych lub zakupów przez Internet. Dzieci i młodzież wciągnięte w świat gier komputerowych grają od późnych godzin nocnych do rana. Zwykle chcą grać z użytkownikami nie tylko z Europy, ale przede wszystkim zza oceanu. W ten

spółob większą część swojego czasu spędzają przed komputerem. Zazwyczaj izolują się od reszty społeczeństwa, aby całkowicie oddać się swemu ulubionemu zajęciu.



Rys. 2. Siodło kosztów procesów informacyjnych

Źródło: J. Oleński, dz. cyt., s. 466.

Zjawisko netoholizmu, czyli uzależnienia od sieci, w Polsce zostało wpisane na listę chorób psychicznych dopiero w 2004 roku. Niestety zbyt często jest ono niedostrzegane, a przecież staje się bardzo groźne i powoduje ogromne spustoszenie w relacjach społecznych, rodzinnych, kulturowych. Netoholik potrafi spędzić w sieci od 18 do 30 godzin, zerwać kontakty rodzinne, przerwać naukę, zrezygnować z pracy, a także wcześniejszych pasji. Kontakty online stają się ważniejsze od tych nawiązywanych w *realu*.

Pomoc osobom uzależnionym jest zagadnieniem złożonym i musi być prowadzona systematycznie i na wielu płaszczyznach. W walkę powinny włączyć się dotknięci tym problemem wraz z najbliższymi, a także odpowiednie

instytucje państwowe. Z badań¹⁵ wynika, że aż 52% ankietowanych w wieku 12–17 lat doświadczyło przemocy słownej – najczęściej wulgarnych wyzwisk (przez Internet lub telefony komórkowe), a 57% było przynajmniej raz obiektem zdjęć lub filmów robionych wbrew ich woli. W Polsce zaledwie 6% rodziców instaluje blokady uniemożliwiające dzieciom dostęp do stron pornograficznych.

Na podstawie obserwacji uczniów na różnych poziomach nauczania można wywnioskować, że bardzo dużym zagrożeniem jest rosnąca różnica między wysoką samooceną dzieci i młodzieży co do ich wiedzy i umiejętności informatycznych (ICT) a obiektywnie niskim poziomem tejże wiedzy. Czy ich dobre samopoczucie i afirmację rzeczywistości nazwiemy snem niedźwiedzia, czy trwaniem w *second life*, a dodatkowo ustalimy, że także decydenci MEN, ich doradcy i stratedzy żyją w świecie wirtualnym, mamy już teraz poważny problem, który zagraża przyszłości społeczeństwa informacyjnego.

Parafrazując regułę Kopernika, obecnie gorsze przygotowanie do nauczania informatyki (ICT) wypiera lepsze. Brakuje więc w Polsce pracy dla dobrze wykształconych informatyków, których skazujemy na emigrację i pracę w innych krajach (pogłębiając różnicę poziomu/jakości kompetencji społeczeństwa informacyjnego).

Podsumowanie

Syndrom „kota w worku” nie ma tylko charakteru przedmiotowego i nie dotyczy tylko informacji będącej towarem na rynku, ale przede wszystkim ma charakter podmiotowy, czyli „dotyka” ludzi produkujących, sprzedających, kupujących i konsumujących informację. Negatywne skutki syndromu „kota w worku” w społeczeństwie informacyjnym są trudne do zidentyfikowania i oszacowania, ale są ogromne we wszystkich wymiarach życia (w kulturze i w czterech filarach wyodrębnionych przez filozofię, tj. nauce, sztuce, religii, moralności). Zaprezentowane rozważania oparte na badaniach własnych można sprowadzić do czterech uogólnionych wniosków na gruncie dorobku pojęciowego i metodologicznego pięciu dziedzin nauki (socjologii, politologii, zarządzania, ekonomii i pedagogiki).

¹⁵ *Przemoc rówieśnicza a media elektroniczne*, Fundacja Dzieci Niczyje i Gemius SA, styczeń 2007 <http://www.fdn.pl/strona.php?p=4> (01.2011).

1. W socjologii i politologii strategia rozwoju społeczeństwa informacyjnego jest utopią, aczkolwiek realne mogą być wybrane rezultaty poszczególnych programów. Nie jest to sprzeczność, gdyż „istnieje ważna różnica między »wynikami programu« a obejmującymi szerszy zakres »wynikami polityki«”¹⁶.
2. W zarządzaniu, a szczególnie zarządzaniu strategicznym, można zaobserwować problem z potencjałem implementacyjnym i realizacyjnym strategii rozwoju społeczeństwa informacyjnego, zwłaszcza z realnymi odniesieniami do aktualnego stanu otoczenia gospodarczego i politycznego.
3. W ekonomii, a głównie ekonomice informacji, jesteśmy zniewoleni obiektywnym istnieniem syndromu „kota w worku” i na oślep brniemy w koszty bez świadomości ograniczeń wynikających z „siodła kosztów informacji” oraz manipulujemy infrastrukturą informacyjną państwa i oszczędzamy na niej.
4. W pedagogice i wychowaniu nie mamy skutecznego programu poprawy jakości powszechnej edukacji ICT oraz wsparcia pedagogiczno-psychologicznego dla uzależnionych od komputerów, Internetu lub gier.

Jeżeli strategia rozwoju kraju jest utopią, to i strategia rozwoju społeczeństwa informacyjnego nią jest. Długoletnie doświadczenie wskazuje, że nasza młodzież zanurzona jest w świat wirtualny, w którym żyje, i jest to ogromny problem rzeczywisty, podobnie jak alkoholizm lub narkomania. A może taki jest właśnie zamysł elit, a my ignorujemy doświadczenia Orwella z innej epoki socjologicznej utopii?

Literatura

<http://www.fdn.pl/strona.php?p=4> (01.2011).

<http://www.mswia.pl> (02.2011).

<http://www.zds.kprm.gov.pl> (07.2011).

Oleński J., *Elementy ekonomiki informacji*, Katedra Informatyki Gospodarczej i Analiz Ekonomicznych Wydział Nauk Ekonomicznych Uniwersytet Warszawski 2000.

Osborne D., Gaebler T., *Rządzić inaczej, Jak duch przedsiębiorczości przenika i przekształca administrację publiczną*, Media Rodzina, Poznań 2005.

Polska 2030. Wyzwania rozwojowe, red. M. Boni, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2009, www.zds.kprm.gov.pl (07.2011).

Stiglitz J., *Szalone lata dziewięćdziesiąte*, PWN, Warszawa 2006

Zarządzanie strategiczne. Koncepcje. Metody, red. R. Krupski, Wydawnictwo AE we Wrocławiu, Wrocław 1998.

¹⁶ D. Osborne, T. Gaebler, *Rządzić inaczej*, Media Rodzina, Poznań 2005, s. 465–478.

„PIG IN A POKE” SYNDROME IN INFORMATION SOCIETY

Summary

The authoresses tried to identify the current status of information society in Poland and directions of its development in the context of world economic, social and political crisis.

The crucial reference point was the “Poland 2030. Development challenge” strategy, which was used by the authoresses to verify the delusion and utopia of vision and mission of information society development strategy in Poland. Unfortunately the regard of information society as the economic category has not excluded demagogy so that the authoresses invoked the objective perspective of “pig in a poke” (“cat in the sack”) syndrome as well as they indicated related pathologies of pedagogics and education.

Translated by Piotr Kulawczuk

