

BARBARA PEREPECZKO
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego
w Warszawie

TELEWIZJA JAKO ŹRÓDŁO INFORMACJI MIESZKAŃCÓW WSI

„Każdy świat jest obszarem kulturowym, granice którego nie są ustanowione ani przez terytorium, ani formalne członkostwo grup, lecz przez granice efektywnego komunikowania”

T. Shibutani

Kompleks prowincji po otwarciu się wsi na świat pozawioskowy zaczął być odczuwany w Polsce szczególnie mocno po przeniesieniu się kilku milionów jej mieszkańców do miast na przełomie lat czterdziestych i pięćdziesiątych. Migrujący, często by podkreślić własny awans, nierzadko bardzo iluzoryczny, przypisywali swemu dawnemu środowisku cechy negatywne. Wieś zabita deskami - to często słyszany epitet. Poczucie upośledzenia informacyjnego jako skutek położenia odległego od skupisk ludzkich - centrów urbanizacyjnych i informacyjnych - było boleśnie odczuwane przez większość mieszkańców. Owo dolegliwe poczucie izolacji pierwsze przełamało radio. Szybkie nasycanie wiejskich gospodarstw domowych radioodbiornikami było dowodem na dostrzeganie w nim szansy na dopływ aktualnych informacji oraz rozrywkę.

Radio pojawiło się na wsi w okresie międzywojennym. Było to radio kryształkowe na słuchawki, nie wymagające baterii ani zasilania elektrycznego. W 1938 r. było na wsi 311 tysięcy abonentów radia na ogólną ich liczbę 861 tysięcy.

Oczywiście wcześniej pojawiły się czasopisma, ale czytelnictwo nie było masowe, przede wszystkim z powodu analfabetyzmu (jeszcze w 1921 r. 33% mieszkańców wsi nie umiało czytać i pisać), potem niskiego poziomu wykształcenia, a ostatnio także ze względu na wysokie ceny prasy. Wg sondażu OBOP

z lipca 1994 r. najmniej czytają robotnicy i rolnicy. Jeżeli 19% Polaków nie czytało wówczas gazet, to rolników aż 66%. Tak więc to radio już w przeszłości stało się pierwszym masowym źródłem informacji na wsi. Ukształtował się nawyk korzystania z niego o określonej porze, a często radio było stale włączone i towarzyszyło wielu pracom domowym. Kiedy pojawiły się tranzystorowe odbiorniki można było je zobaczyć i na traktorze. W 1992 r. pracownice gospodarstwa domowe były wyposażone w odbiorniki stołowe w 88,7% i przenośne w 59,4%, chłopskie w 83% w stołowe i 42,3% w przenośne, a pracowniczochłopskie w 83,3% w stołowe i 49,4% w przenośne.

Prawdziwym przełomem w demokratycznym dostępie do informacji dzięki technice elektronicznej stała się telewizja. Zrobiła ona na wsi zawrotną karierę, znajdując tu gorliwszych niż w miastach zwolenników. Dowodem może być szybkie doposażanie gospodarstw domowych w odbiorniki - wpraw do odbioru czarno - białego, potem w kolorze. W 1986 r. zaledwie 7% wiejskich gospodarstw domowych było wyposażonych w telewizję kolorową, a w 1994 r. wzrosła ich liczba do 68%. I już w tymże roku wyposażenie miast i wsi prawie wyrównało się. Jeżeli w Polsce 98% gospodarstw domowych było wyposażonych w telewizory, to na wsi 97%, a więcej niż jeden odbiornik miało 20%.

Największym zainteresowaniem cieszą się wśród mieszkańców wsi programy informacyjne, czyli Wiadomości, Panorama, Teleexpress. I tak np. 12.02.1996 r.⁽¹⁾ główne wydanie Wiadomości o 19³⁰ obejrzało 44% Polaków, ale 46% mieszkańców wsi i 43% mieszkańców dużych miast. Najwięcej widzów wiejskich stanowią emeryci i renciści (63%), a wśród czynnych zawodowo - rolnicy (59%), a następnie przedsiębiorcy (52%) oraz kadra specjalistyczna. Niewiele jest programów, których widownia wiejska jest mniejsza od miejskiej. Dotyczy to programów muzycznych i publicystycznych. Ale są programy, które mają na wsi znacznie większą widownię niż w mieście. Są to programy dla dzieci oraz rolnicze. Tak więc można powiedzieć, że mieszkańcy wsi spędzają więcej czasu przed telewizorem i więcej mieszkańców wsi korzysta z programów telewizyjnych, a najwierniejszymi odbiorcami są rolnicy.

Bardziej szczegółową analizę miejsca i roli telewizji na wsi umożliwił mi udział w badaniach zrealizowanych w 1994 r. przez OBOP i IRWiR PAN na ogólnopolskiej próbie losowej 1178 dorosłych mieszkańców 254 wsi pt. „Rolnicy, przedsiębiorcy, pracownicy, społeczności wiejskie w 1994 r.”

Trzeba na wstępie zaznaczyć, że mieszkańcy wsi to nie tylko rolnicy. Jest ich na wsi coraz mniej. Właściciele ziemi jest więcej niż czerpiących dochód podstawowy (17%) i dodatkowy (11%) z rolnictwa łącznie.

Jacy są wiejscy widzowie? Większy dystans do telewizji zauważa się wśród osób z wykształceniem wyższym, a największy - z niepełnym podstawowym. Co nie oznacza podobieństwa preferencji programowych. Gusta ich są odmienne. Wykształceni oglądają częściej niż inni np. 7 dni świąt, Listy o go-

(1) Telemonitor 1996, nr 7.

spodarce, korzystają z programów popularno-naukowych i publicystycznych. Te ostatnie najrzadziej są oglądane przez rolników (około 1/3 stałej widowni).

Wiek także różnicuje wielkość widowni, choć w mniejszym stopniu niż wykształcenie. W całej badanej populacji nie ogląda programów o wydarzeniach krajowych 7%, o sprawach światowych - 11%, a o treściach rolniczych - 32%. Najmniej wśród widzów wszystkich w/w programów jest osób starszych po 55 roku życia, jeszcze mniej powyżej 60-go oraz sporo wśród starszej młodzieży czyli 19-24-letnich respondentów. I odwrotnie - najwięcej telewidzów wśród osób wieku 34-44 oraz 16-18 lat (z wyjątkiem rolniczych programów). Kategoria najzarliwszych telewidzów wychowywała się z udziałem telewizji i to jako atrakcyjnej nowości.

Oglądalność programów nie różni kobiet od mężczyzn. W przypadku programów rolniczych różnica wynosi 10% na korzyść mężczyzn. Różnice w preferencjach zaznaczają się wśród osób z rolniczym dochodem i to na poziomie określonych tytułów programów, co wynika z pełnionych ról, a co wyraźnie widać w rozkładzie odpowiedzi na pytania o cel poszukiwania informacji. I tak, jeżeli 71% respondentów szuka informacji, by zrozumieć sytuację w kraju, to różnice wg płci wynoszą 8% na korzyść mężczyzn, jeżeli 53% robi to dla poznania sytuacji w rolnictwie, to różnice zwiększają się do 12%, a w przypadku poszukiwania w programach przesłanek do podjęcia decyzji różnice rosną do 14%.

Jak wynika z relacjonowanych badań, programy rolnicze ogląda 53% mieszkańców wsi, czyli więcej niż jest właścicieli ziemi (43%), jeszcze więcej niż właścicieli gospodarstw powyżej 1 ha (38%), a znacznie więcej, bo prawie dwukrotnie niż uzyskujących dochód z rolnictwa. Obraz miejsca telewizji wśród innych źródeł informacyjnych uzyskano z odpowiedzi respondentów na pytania o to, skąd przede wszystkim ich zdaniem mieszkańcy wsi czerpią większość najważniejszych informacji fachowych. Wybierali oni z proponowanej otwartej kafeterii 3 źródła w kolejności ważności. Odpowiedzi w % zawiera tabela 1.

Tabela 1

Źródła informacji fachowych

Lp.	Rodzaje źródeł	Miejsce wg respondentów			Miejsce wg (N=211) rolników		
		I	II	III	I	II	III
1.	Telewizja	59,2	17,1	9,4	58,8	20,9	6,7
2.	Radio	9,9	36,3	14,3	10,9	40,3	10,8
3.	Prasa codzienna	4,4	14,2	25,6	3,8	11,4	26,3
4.	Prasa fachowa	7,1	9,5	14,7	5,7	9,5	12,9
5.	Książki	2,0	4,7	8,5	3,3	3,8	10,3
6.	ODR	3,9	4,3	9,2	5,7	3,3	13,4
7.	Sąsiedzi	1,2	1,4	2,5	2,4	0,9	4,1
8.	Rolnicy	1,5	1,3	1,9	1,4	1,4	2,6
9.	Tradycje	1,4	0,4	0,8	0,9	–	1,0

Źródło: Badania OBOP-u i IRWiR PAN, opracowanie własne.

Zawartość tabeli potwierdza bezkonkurencyjną pozycję telewizji. Drugie miejsce zajmuje radio (przede wszystkim starsi powyżej 60-tego roku życia), tuż za nim prasa fachowa. Tę wybierają głównie pracownicy administracji, służby zdrowia, oraz łączący pracę w gospodarstwie z innym zatrudnieniem. Prasa codzienna i fachowa wymieniana jest częściej przez osoby w sile wieku (25-44 lat), podobnie książki i ośrodki doradztwa rolniczego. Inni rolnicy, sąsiedzi, są źródłem informacji częściej wg respondentów w wieku 35-54, a tradycja wg najstarszych.

Wielkość gospodarstwa różnicuje opinię. I tak, dla respondentów z największych gospodarstw tzn. od 21 ha wzwyż najważniejsze są trzy źródła: telewizja (dla 2/3), prasa fachowa i pomoc ODR. Dla właścicieli mniejszych gospodarstw, oprócz telewizji zawsze ważne jest radio; a na trzecim miejscu prasa fachowa lub codzienna (do 1 ha gospodarstwa), a jeszcze dla innych ODR (6-10 ha). Telewizja jest dla większości, czyli dla ponad połowy właścicieli ziemi, najważniejszym źródłem informacji (z wyjątkiem tych, którzy mają działki ziemi do 1 ha, bo dla nich radio jest ważniejsze niż dla pozostałych respondentów).

Prasę fachową wymieniają jako najważniejsze źródło informacji właściciele dużych gospodarstw, podobnie jak pomoc ODR. Wiedza czerpana z tradycji nie pojawia się jako źródło wiedzy respondentów z gospodarstw większych niż 5 ha. Tak więc wyraźnie odróżniają się właściciele dużych gospodarstw, dla których fachowe porady z czasopism lub od doradców są cenne znacznie częściej niż dla pozostałych właścicieli ziemi.

Porównując zawarte w tabeli pozycje poszczególnych źródeł informacji rolników z wynikami badań sprzed 15 lat⁽²⁾ daje się zauważyć wyraźne zdystansowanie przez telewizję innych źródeł. Wówczas radio i czasopisma zajmowały zbliżoną i wysoką pozycję, tylko dla 5% rolników niższą od telewizji.

Zastanawia tak wysoka pozycja telewizji. Pogłębiona analiza widowni może ujawnić głębsze przyczyny tego zjawiska. Jak już wspomniano widownia ta jest większa niż rolnicza zbiorowość i niż zbiorowość właścicieli ziemi. Właściwie tylko 1/3 mieszkańców wyraża brak zainteresowania programami o treściach rolniczych. Najpopularniejsze programy w 1996 r. to: Tydzień, Notowania, Rolnictwo na Świecie i Rynek Agro (dziś nazywa się Agrolinia). Mają one najliczniejszą widownię i największe uznanie. Widownie tych programów przedstawia tabela 2.

(2) E.Jachimowicz, B.Perepeczko, I.Sikorska-Wolak, K.Tabor: Upowszechnianie wiedzy rolniczej na wsi za pomocą środków masowego przekazu. CODKiUPwR, Poznań 1982.

Tabela 2

Widownia programów rolniczych wg źródeł dochodu (w %)

Lp.	Programy telewizyjne	Nie ogląda	Ocena 4,5	Podstawowe źródło dochodu			
				Zakład pracy	Gosp. rolne	Emerytura	Na utrzymaniu
1.	Rolnictwo na Świecie	77,1	16,4	14,2	13,0	11,5	3,5
2.	Tydzień	50,8	36,4	28,3	40,0	20,8	20,7
3.	Rynek Agro	72,2	22,0	9,5	16,0	6,7	5,0
4.	Notowania	43,3	45,4	43,1	59,0	31,3	29,5
Ogółem				33,3	17,0	23,0	17,2

Źródło: Badania OBOP-u i IRWiR PAN, opracowanie własne.

Jak widać, naprawdę liczą się dwa programy: Tydzień o charakterze społeczno-politycznym i fachowo-informacyjne Notowania. Te programy ogląda stale 1/5 respondentów. Najwierniejsi odbiorcy Notowań to ludzie w wieku 25-34 lat, przeważnie mężczyźni. Tydzień oglądają starsi i częściej mężczyźni niż kobiety. Warto w tym miejscu nadmienić, że wśród respondentów z wykształceniem rolniczym jest więcej kobiet niż mężczyzn, co jest konsekwencją feminizacji szkół rolniczych.

Notowania, w których połowa odbiorców nie widzi wad, doceniane są przede wszystkim za aktualną i pełną informację (44,2%), która jest rzeczowa i użyteczna (35,3%), wiarygodna (26%), zawierająca dobre przykłady z kraju i ze świata (24%). Tydzień to program dla 36% bez wad, a jego zalety to przede wszystkim aktualna i pełna informacja (24%) i ciekawe dyskusje (23%). Chwalą w nim respondenci oprócz użyteczności i rzeczowości (19%) wypowiedzi zwykłych ludzi (13%).

Zarzut niewiarygodności wysuwają wobec tych programów nieliczni (3%), zwykle starsi. Propagowanie tylko poglądów rządu przypisują telewizji respondenci rzadko, ale nieco częściej programowi Tydzień (4%) niż Notowaniom (2%). Na podobnie minimalnym, tzn. w ramach błędu, poziomie plasuje się ta część widowni, która przyznaje się do kłopotów ze zrozumieniem (1-2%). Są to osoby powyżej 45 roku życia.

Przyczyny, dla których respondenci oglądają stale programy określali oni sami (pytania otwarte). Największe uznanie zdobyły Notowania za informacje rynkowe o cenach i zbycie. Inne walory programów doceniane przez nich to informacje pełne, aktualne, ciekawe i są to zalety przypisywane w różnym stopniu, ale wszystkim programom. Trzecie z kolei uzasadnienie oglądania łączy się z technologiczną informacją i jej elementy, podobnie jak i nowości naukowe, znajdują we wszystkich programach.

Notowania są cenione przede wszystkim przez rolników (59%) i to z większych gospodarstw za wartości informacyjne o rynkach zbytu. Druga i trzecia przyczyna też związana jest ze zbytem - jego możliwościami i trudnościami. Nic więc dziwnego, że uznaniem cieszy się program podający bieżące ceny w różnych regionach kraju. Jeżeli nawet nie są to informacje przydatne bezpośrednio do wykorzystania, to pozwalają na orientację i kalkulacje. Przypuszczalnie rolnicy traktują je jako substytut badań rynkowych.

Regularny odbiór programów rolniczych, (a trzeba tu jeszcze dodać, że połowa ze stałej widowni ogląda 1 program, 1/3 dwa programy, a 12% aż trzy), świadczy o zaspokajanych w ten sposób potrzebach widzów, które wynikają z ról pełnionych obecnie lub w przeszłości, z odczuwanych trudności lub żywio-nych uczuć do przedmiotu, treści programowych. Ten sam program odbierany jest, jak wynika z analizy tabeli, przez bardzo zróżnicowaną widownię i musi zapewne dostarczać różnych satysfakcji, które można odślonić badając cechy i sytuację widzów oraz sposób odbioru i opinie o programach. Tak więc 2/3 respondentów, którym programy rolnicze nie są obojętne, można pogrupować wg wieku, wykształcenia, zawodu, źródła dochodu, obszaru gospodarstwa oraz celu jaki im przyświeca przy oglądaniu telewizji. Uzyskamy w ten sposób typy odbiorców, które mogą być następujące:

1. Typ gratyfikacji samoistnej.

Sam kontakt z programem, którego percepcja nie przysparza trudności i który się rozumie jest nagradzający, szczególnie, że towarzyszy temu świadomość równości szans w tym momencie w dostępie do informacji. Są to mieszkańcy wsi, dla których inne programy mogą być zbyt trudne do zrozumienia.

2. Typ gratyfikacji uczuciowej.

- a) *Wynikające z przeszłości.* Są to mieszkańcy wsi, którzy nie mają obecnie związku z rolnictwem, bądź z tytułu wieku, bądź zmiany zawodu, ale tradycja rodzinna i wspomnienia własne (starsi) lub przekaz rodzinny (młodszy) powoduje, że oglądanie tych programów ich satysfakcjonuje, z nieco sentymentalnych względów.
- b) *Z zaangażowania w rolnictwo.* Są to widzowie, którzy są rolnikami, bądź przedsiębiorcami rolniczymi, ale w najbliższej okolicy nie mają szans na poczucie wspólnoty zawodowej. Mogą to być jednostki autonomiczne, nawet wyalienowane ze społeczności lokalnej, żyjący na jej poboczu, ze względu właśnie na swą odmienność i zawiść otoczenia. Brak partnerów zawodowych na miejscu w jakiejś mierze zastępuje prezentacja telewizyjna podobnych, zwykle innowacyjnych, a na pewno autonomicznych jednostek. Namíastka więzi zawodowych łagodzi poczucie osamotnienia i zmniejsza lęk.

3. Typ pragmatyczny.

- a) *Widz zatroskany o los wsi*, w której mieszka, nie musi być związany z rolnictwem. Ogląda raczej Tydzień. Ten typ widza może odczuwać potrzebę działania.
- b) *Widz nastawiony prorynkowo*, pozbawiony innych możliwości na zdobywanie aktualnych informacji o warunkach zbytu czerpie je z telewizyjnych programów (głównie z Notowań). Służą one orientacji, gdzie, za ile można sprzedać lub kupić środki produkcji i w ten sposób informacje sprzyjają decyzjom lub służą potwierdzeniu słuszności postępowania.
- c) *Widz nastawiony innowacyjnie* szuka aktualnych (krajowych i zagranicznych) nowości, wyników badań naukowych bądź wzorców postępowania jako jednej z przesłanek potrzebnych do decyzji o zmianie, np. struktury produkcji, bądź obniżania kosztów. Są to zwykle właściciele gospodarstw specjalistycznych (bo to oni przede wszystkim wprowadzili zasadnicze zmiany w ostatnich latach - 1/3 gospodarstw największych i prawie połowa specjalistycznych), z wykształceniem wyższym niż przeciętnie.
- d) *Widz naśladowczy*. Oczekuje zmniejszenia stopnia niepewności bądź stopnia niewiedzy. Uzyskane z telewizji informacje będą podstawą do rozmów, a nie działań. Te, jeśli dojdzie do zmian w gospodarstwie, to w odległym czasie, gdy inni rolnicy już je we wsi wprowadzą. W tej kategorii są też osoby na utrzymaniu rodziny, emeryci, którzy biorą udział w rozmowach w kręgu najbliższych krewnych, uczestniczą w trawieniu informacji, w ich filtrowaniu, sprzyjając pośrednio decyzjom.

4. Typ gratyfikacji rozrywkowej.

Są to ci wszyscy, którzy oglądają programy rolnicze jako widowiska, w dużej części fantastyczne, czyli utopijne, nie mające wiele wspólnego z rzeczywistością, a na pewno z możliwościami rolników. Ten osąd subiektywny nie zawsze jest słuszny, ale może przyczynić się do stagnacji gospodarstw lub zmierzania w kierunku autarkii. Są to właściciele gospodarstw słabych lub dawni gospodarze.

Nie jest to typologia doskonała ani wyczerpująca. Niejednokrotnie typy się krzyżują, zachodzą na siebie np. typ 2b z typem 3c, natomiast typ 2a z typem 3d.

Aksjologiczny wymiar życia rolniczego społeczności wiejskiej nie jest tak zróżnicowany, jak można by sądzić na podstawie źródeł dochodu. Nie jest on również tak homogeniczny, jak można by przypuszczać z liczby osób oglądających programy rolnicze w telewizji. Trzeba zawsze pamiętać, że dla jednych telewizja może to być świat złudzeń i fantazji, a dla innych wzór do naśladowania i wyzwanie. Telewizja stymuluje niektórych do działania, a innych demobilizuje, uprzytamniając im, że istnieje rzeczywistość, w której ich nie ma i nie

będzie, ponieważ własna sytuacja odbiega od prezentowanych wzorów. Brak jednolitej interpretacji może utrudniać współdziałanie.

Jaka jest skuteczność różnych źródeł informacji mierzona wpływem na poważne zmiany w życiu zawodowym? Na pytanie o takie zmiany w ciągu ostatnich czterech lat 77% respondentów odpowiedziało negatywnie. Więcej jest wśród nich osób z wykształceniem niepełnym lub tylko podstawowym niż w całej zbiorowości. Są to przede wszystkim starsi emeryci i renciści oraz zatrudnieni w administracji i gospodarstwach państwowych lub spółdzielczych. Zmian dokonali przede wszystkim respondenci w wieku 35-44 lata (44%) i najczęściej osoby z wykształceniem zasadniczym, niepełnym średnim, średnim i wyższym. Najwięcej wprowadzili zmian właściciele firm (2/3), rolnicy (24%).

Jeżeli przeanalizujemy przyczyny tych zmian, to zbiorowość rozpadnie się na segmenty. Zmiany wymuszone były najczęściej sytuacją, okolicznościami (13%), rzadziej wynikały z własnych przemyśleń i kalkulacji (6%), a sporadycznie były efektem zewnętrznych bodźców informacyjnych (np. lektur, programów telewizyjnych czy radiowych (0,6%). Korelując owe przyczyny z wykształceniem wychodzą na jaw zasadnicze różnice. W przypadku osób z wyższym wykształceniem kalkulacja, przemyślenia czy lektury były przyczyną zmian częściej niż sytuacyjne, uwarunkowane wymuszenia i to dwukrotnie częściej niż w przypadku osób z wykształceniem średnim lub zawodowym. Owo aktywne zachowanie było najczęściej udziałem osób w wieku 35-44 lat, natomiast bierne przystosowanie dotyczyło także młodszych 25-44 lat. Aktywne przystosowanie - jako efekt kalkulacji i przemyśleń - zostało dokonane przede wszystkim przez właścicieli firm, pracujących w prywatnych przedsiębiorstwach i przez rolników, a najwięcej zmian pod wpływem zewnętrznych bodźców informacyjnych dokonali pracownicy administracji, pracujący w prywatnych przedsiębiorstwach oraz rolnicy.

W sumie 24% rolników wprowadziło zasadnicze zmiany w swym życiu zawodowym: w tym 14% pod wpływem sytuacji wymuszających je, a 9% pod wpływem własnej aktywności umysłowej. Najwięcej zmian dokonano w gospodarstwach największych czyli powyżej 20 ha i to przede wszystkim pod wpływem przemyśleń i kalkulacji. W grupie obszarowej 11-20 ha proporcje biernych i aktywnych przystosowań wyrównują się, a w mniejszych gospodarstwach są one częściej wymuszone niż wymyślone i im mniejsze gospodarstwo, tym częściej (poniżej 1 ha - 6:1).

Podobnie sprawa zmian kształtuje się w gospodarstwach różnego typu wg struktury produkcji. Zmian dokonała prawie połowa właścicieli gospodarstw specjalistycznych i były one dwukrotnie częściej efektem aktywnej postawy właścicieli niż wymuszonego przystosowania; dokładnie odwrotnie w gospodarstwach ogólnorolniczych. Tu warto napomknąć, że właściciele gospodarstw wyspecjalizowanych mają znacznie lepsze wykształcenie niż inni; prawie połowa ich ma przygotowanie na poziomie średnim i wyższym.

Respondenci, pytani o źródła informacji lub porady przy wprowadzaniu tych zmian, odpowiadali mniej licznie, bo wszak część zmian miała charakter losowy (emerytury, renty, bezrobocie). Wśród 194 wskazań źródeł informacji część (21) dotyczyła i tych, które można nazwać siłą wyższą. Pozostałe to:

- przykład konkretnej znajomej osoby	- 60
- porady ludzi (krewnych, znajomych, kolegów, rolników)	- 62
- porady fachowców z instytucji - ODR	- 15
- porady fachowców z innych instytucji	- 8
- źródła masowe:	
prasa	- 13
telewizja	- 11
radio	- 10

Z analizy wynika prymat wzorców i kontaktów osobistych. Mass media zajmują pozycję drugą, a instytucjonalne wpływy fachowców - trzecie miejsce. Znacznie mniejsza rola telewizji jako czynnika sprawczego zmian, która jako źródło informacji fachowej rolników zajmowała poczesne miejsce, potwierdza dawno zbadaną prawidłowość, opisaną przez socjologów amerykańskich zajmujących się dyfuzją informacji⁽³⁾. Jest normą uniwersalną pierwszorzędne znaczenie środków masowej komunikacji w pierwszych fazach dyfuzji innowacji i ustąpienie pola kontaktom interpersonalnym w fazie decydowania. Nie oznacza to, że wysiłek i koszt emitowania programów rolniczych w telewizji nie spełnia swego zadania. Jak wynika z przytoczonych analiz praca wstępna: rozpoczęcie zbierania informacji, kształtowanie opinii, poglądów, zmniejszanie lęku, a przede wszystkim, jak widać z preferencji programowych: dostarczanie aktualnej informacji - zwłaszcza rynkowej - jest dla rolników w właścicieli firm wartością coraz większą.

Przyczyn wysokiej pozycji telewizji jest zapewne kilka. Chyba najważniejszą, uprzednio już przywołaną, jest związana z nią szansa na zmniejszenie poczucia upośledzenia w dostępie do informacji, której brak lub fałsz upokarza, pogłębia poczucie mniejszej wartości. Przyczyny - to nie tylko oddalenie od centrów i rozproszenie terytorialne, typowe dla zabudowy wielu wsi, ale i przemiany związane z pracą rolników. Spowodowały one rzadsze kontakty międzyludzkie. Często kiedyś wysiłek zespołowy w szczycie prac polowych zastąpił indywidualny trud na traktorze lub kombajnie. To jednak nie wysiłek fizyczny jest obecnie podstawą sukcesów, a w większej mierze niż kiedyś praca umysłowa polegająca na umiejętnym poszukiwaniu, analizowaniu informacji i podejmowaniu trafnych decyzji. Komunikatywność, otwartość, elastyczność, szybkość de-

(3) E.M.Rogers: Diffusion of Innovations. New York, 1962.

cydowania, odwaga w podejmowaniu ryzyka przy świadomych zabiegach zmierzających ku zmniejszeniu jego stopnia są w warunkach transformacji gospodarczej potrzebne bardziej niż w przeszłości.

Także pewne cechy rolników, bądź byłych rolników, sprzyjają telewizji. Praca rolnicza wyrabia sprawność postrzegania zmysłowego, szczególnie zdolność obserwacji. Duża wrażliwość na przekazy niewerbalne i łatwość odbioru przekazu wizualnego, który wymaga koncentracji na polu zewnętrznym, przychodzi im bez trudu. Potwierdza to fakt mniejszego zainteresowania programami muzycznymi i publicystycznymi. Atrakcyjność elektronicznego przekazu wizualnego potwierdza także dobre wyposażenie wsi w magnetowidy (44% respondentów). Łatwość odbioru telewizji jest pozorna. Słabsze wykształcenie mieszkańców wsi w porównaniu do miast utrzymuje się. Wiąże się to z ograniczonym kodem językowym, słabszym postrzeganiem symbolicznym i ogólnie słabą kompetencją, kulturową. To wykształceni mieszkańcy wsi oglądają programy publicystyczne, czyli „gadające głowy”. Czy bierność, na którą w dzisiejszych warunkach odbioru można sobie w pełni pozwolić, nie jest także dla części zaletą, bo pozostawała w spokoju bez wyodrębniania się i niezbędnej aktywności?

W miarę pojawiania się nowych źródeł informacji, szczególnie rynkowych i powiększania się możliwości szybkiego porozumiewania (telefony, telefaksy) znaczenie telewizji zmaleje wraz ze zmianą jej roli. Będzie to związane także ze zmniejszaniem się ilości producentów rolnych, a wzrastaniem zbiorowości przedsiębiorców działających w otoczeniu rolnictwa i zatrudnionych przez nich mieszkańców wsi.