

*Ewa Jaska, Danuta Dobkowska*

## **DOSTĘP DO INFORMACJI A POTRZEBY INFORMACYJNE MIESZKAŃCÓW OBSZARÓW WIEJSKICH**

### **ACCESS TO INFORMATION AND INFORMATION NEEDS OF THE INHABITANTS OF RURAL AREAS**

Katedra Ekonomiki Edukacji Komunikowania i Doradztwa, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa, e-mail: ewa\_jaska@sggw.pl

**Summary.** Access to information which is not detached from the information needs of individuals and various social groups is a key factor in rural development. The paper presents the transformation of the modern system of information sources with particular emphasis on the media system and access to electronic media in rural areas. Availability of information sources and information needs of rural residents are characterized by empirical research study conducted in 2011. The paper also addresses the relationship between the economic status and education and the access to information sources and the degree of their use.

**Słowa kluczowe:** informacja, internet, media tradycyjne, obszary wiejskie, potrzeby informacyjne.

**Key words:** information, information needs, traditional media, internet, rural areas.

## **WSTĘP**

Obecnie dostęp do informacji i umiejętność ich przetwarzania są traktowane jako towar, za który płaci się niejednokrotnie wysoką cenę. Jest to rezultatem aktualnych potrzeb informacyjnych poszczególnych grup społecznych.

Tradycyjne źródła informacji, czyli prasa, radio i telewizja, przestają być medialnymi monopolistami, funkcjonującymi w układzie hierarchicznym wobec odbiorcy, chociaż nadal pozostają ważnym źródłem informacji. Duże znaczenie zyskują nowe media umożliwiające interaktywny czynny udział w społeczeństwie informacyjnym. Obecnie odbiorcy mediów chcą być aktywni, angażują się w kreowanie przekazu medialnego oraz sami decydują o jego odbiorze.

Jednak nowe media w dalszym ciągu pozostają poza zasięgiem znacznej liczby ludzi, m.in. na obszarach wiejskich, co może być rezultatem braku dostępu, wysokich kosztów, kompetencji, wadliwego projektowania serwisów czy uwarunkowań formalno-prawnych. Dlatego istotne jest zbadanie, jaki jest dostęp do informacji i jakie są potrzeby informacyjne mieszkańców obszarów wiejskich. W tym celu w lutym i marcu 2011 roku przeprowadzono badania empiryczne w 80 gospodarstwach domowych. W badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego. Pytania w kwestionariuszu dotyczyły m.in.: częstotliwości korzystania z różnych źródeł informacji oraz przyczyn niekorzystania z niektórych z nich, a także celów ich wykorzystywania. Badanie przeprowadzono wśród mieszkańców wsi: Lipnica (gmina Wołów, woj. dolnośląskie), Kłódka (gmina Rogóżno, woj. kujawsko-pomorskie) i Orawka (gmina Jabłonka, woj. małopolskie). Najwięcej badanych było w wieku 25–39 lat (41,25%) i 40–59 lat (36,25%). Najmniej osób legitymowało się wykształceniem podstawo-

wym (12,5%), a najczęściej – wykształceniem średnim (36,25%). Ponad połowa (51,25%) badanych zadeklarowała dochód netto na osobę wynoszącej do 1 100 zł. Natomiast dochód netto na osobę w rodzinie wynoszący powyżej 2 500 zł zadeklarowało 8,75% badanych. Najwięcej badanych wskazało na zatrudnienie poza gospodarstwem (69,62%). Gospodarstwo rolne jako źródło utrzymania zostało wskazane przez 40,5% badanych.

## **MEDIA JAKO WAŻNE ŹRÓDŁO INFORMACJI DLA MIESZKAŃCÓW OBSZARÓW WIEJSKICH**

Rolnictwo nie jest już głównym źródłem utrzymania mieszkańców wsi – większość z nich utrzymuje się z pracy najemnej, emerytur i rent, a także ze sprzedaży ziemi. Wzrasta odsetek ziemi uprawianej przez przedstawicieli innych zawodów niż rolnicze, przy stałym zmniejszaniu się liczby samych rolników. Rolnicy silnie identyfikują się z miejscem zamieszkania i chętniej współpracują z sąsiadami w mniej istotnych sprawach. Większą aktywność przejawia młode i średnie pokolenie na wsi oraz ludność napływowa. Istotną rolę w tych przeobrażeniach społeczno-ekonomicznych odgrywają media masowe, uważane przez większość za czynnik społecznej integracji. Jednak niektórzy autorzy zwracają uwagę także na potencjał dezintegracyjny – coraz większa liczba kanałów telewizyjnych i radiowych, tytułów prasowych, funkcjonowanie interaktywnego komunikowania online przyczynia się do “[...] fragmentaryzowania publiczności medialnej, która jest rozproszonym konglomeratem” (Michalczyk 2008, s. 330). Na dezintegrację społeczną wpływ mają między innymi: oderwanie treści medialnych od autentycznych potrzeb jednostki i społeczeństwa, nastawienie nadawców przede wszystkim na osiąganie zysków, zastępowanie informacji treściami rozrywkowymi, a także indywidualizacja odbioru informacji.

Media stają się elementem społecznej rzeczywistości w trzech wymiarach (Goban-Klas 2002):

- makro – media sterują społeczeństwem; chodzi tu o nowe możliwości sterowania uwagą społeczną, nowe formy konstruowania rzeczywistości oraz nowe uwarunkowania kształtowania opinii i decyzji;
- mezo – „medializacja” dotyczy procesu dostosowywania się organizacji społecznych i politycznych do potrzeb mediów, które same kształtują także relacje między organizacjami;
- mikro – jednostki uczestniczą w procesach medialnych i stają się elementem systemu medialnego.

To właśnie media zmodyfikowały w znacznym stopniu komunikację interpersonalną. Została przełamana jednostronność komunikacji medialnej poprzez nowe środki komunikacji charakteryzujące się interaktywnością. Dlatego tak istotny jest dostęp do mediów także na obszarach wiejskich. Media na obszarach wiejskich, poprzez pełnienie funkcji informacyjnej i integrującej społeczność lokalne, aktywizują gospodarczo-społecznie obszary wiejskie, a w konsekwencji mogą oddziaływać na zwiększenie ich konkurencyjności.

Szczególne role jest przypisywana mediom lokalnym i realizowanym przez nie funkcjom. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji (KRRiT) wskazuje, że stopień, w jakim realizowane są funkcje mediów lokalnych, zależy od oczekiwań różnych grup odbiorców, od formy własności poszczególnych mediów, co wpływa na ich treść, a także zależy od warunków

ekonomicznych (utrzymywanie mediów lokalnych z reklamy i realizowanie własnej produkcji programowej). Z analiz KRRiT wynika, że media lokalne w coraz mniejszym stopniu realizują ww. funkcje. Lokalne rozgłośnie radiowe nie są w stanie samodzielnie utrzymać się na rynku, co zmusza je głównie do przyłączania się do sieci – radio lokalne traci wówczas swą autonomię, a czas antenowy w znacznym stopniu wypełniany jest programem wspólnym. Lokalne stacje naziemne funkcjonują w trudnych warunkach ekonomiczno-technicznych, posiadają bowiem nadajniki małej mocy, w związku z czym mają relatywnie niewielki zasięg, co z kolei wpływa na ograniczone możliwości pozyskiwania środków finansowych z reklam. Zachodzące współcześnie procesy integracji mediów, z jednej strony, wpływają korzystnie na kondycję ekonomiczną mediów lokalnych, jednak, z drugiej strony, powodują zanikanie podstawowej funkcji mediów, czyli kreowanie form wymiany poglądów i opinii. Istotną barierą w rozwoju mediów lokalnych jest także płytkość lokalnych, zwłaszcza małomiasteczkowych i wiejskich, rynków reklamowych (Obrona lokalności i demokracji lokalnej. Strategia działania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na rzecz ochrony lokalnego charakteru i pluralizmu oferty programowej w lokalnych mediach elektronicznych, [www.krrit.gov.pl](http://www.krrit.gov.pl), dostępu dn. 25.08.2011 r.).

Dlatego ważna jest oferta programowa stacji radiowych ogólnopolskich ze względu na ich użyteczność jako źródła informacji dla mieszkańców terenów wiejskich. W tym kontekście należy wymienić program 1 Polskiego Radia, w ramówce którego znajdują się audycje o tematyce ściśle związanej z gospodarką rolną, a także programy kulturalne, których odbiorcami mogą być nie tylko mieszkańcy wsi, np.: „Kiermasz pod kogutkiem”, „Poranne rozmaitości”, i audycje przygotowywane przez przedstawicieli Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, dotyczące wniosków o przyznanie pomocy z funduszy unijnych (Audycje radiowe, [www.armir.gov.pl/serwis-prasowy/pl](http://www.armir.gov.pl/serwis-prasowy/pl), dostępu dn. 22.09.2011 r.).

Dla lokalnych społeczności najważniejszy jest dostęp do informacji dotyczących bezpośrednio ich życia. Mogą to być informacje nt. lokalnego samorządu, miejscowych przedsiębiorców, warunków życia w miejscu zamieszkania, dostępu do służby zdrowia na obszarze gminy, stanu gminnych dróg czy możliwości na lokalnym rynku pracy. Dlatego istotnym źródłem informacji dla mieszkańców obszarów wiejskich jest lokalna prasa. Przykładem lokalnej gazety może być „Kurier Gmin” – tygodnik powiatu wołowskiego (jednego z rejonów objętych badaniem), który swoim zasięgiem obejmuje 3 gminy: Wołów, Brzeg Dolny i Wińsko. Tygodnik ten należy do Stowarzyszenia Gazet Lokalnych. „Kurier Gmin” wydawany jest – wraz z innymi gazetami lokalnymi – w ramach porozumienia reklamowego „Tygodnik Lokalny”. W skład „Tygodnika Lokalnego” wchodzi wyłącznie płatne czasopisma, których poziom edytorski jest porównywalny z poziomem dzienników ogólnopolskich. W ofercie „Tygodnika Lokalnego” znajduje się 101 niezależnych tygodników lokalnych z całej Polski oraz 6 dwutygodników. Za pośrednictwem Tygodnika Lokalnego można kupić powierzchnię reklamową zarówno w całym pakiecie czasopism, jak i w wybranych czasopismach (Co to jest tygodnik lokalny? Portal informacyjny gazet lokalnych, [www.gazetylokalne.pl](http://www.gazetylokalne.pl), dostępu dn. 21.09.2011 r.).

Jest to typowa gazeta lokalna (O nas, Kurier gmin, tygodnik powiatu wołowskiego, [www.kuriergmin.pl](http://www.kuriergmin.pl), dostępu 21.09.2011 r.), której czytelnikami są mieszkańcy małych miast i wsi powiatu wołowskiego. W ramach funkcji realizowanych przez lokalną prasę mieszkańcy powiatu wołowskiego mają dostęp do informacji:

– politycznych – czytelnicy mogą dowiedzieć się z nich o aktualnych władzach gmin i powiatu. Prezentowane są sylwetki radnych, burmistrzów i wójtów, w okresach przed wyborami przeprowadzane są wywiady z kandydatami, a także prezentowane są ich programy wyborcze i poglądy. Zamieszczane są także wypowiedzi mieszkańców powiatu dotyczące oceny działania lokalnych władz. Prezentowane są także sylwetki sołtysów wsi położonych na obszarze powiatu wołowskiego w rubryce “Popieram swojego sołtysa”;

– ekonomicznych – na łamach gazety Kurier Gmin prezentowane są reklamy lokalnych firm, cyklicznie ukazują się artykuły promujące nowe firmy lokalne. Prezentowane są także informacje dotyczące realizowanych i planowanych inwestycji – budowy i remontów świetlic wiejskich, remontów dróg, budowy sal gimnastycznych i boisk przy wiejskich szkołach, budowy kanalizacji wiejskich, bioelektrowni oraz źródeł finansowania tych inwestycji;

– kulturalnych – o organizowanych dożynkach gminnych, o corocznym święcie plonów i winobrania, innych wydarzeniach kulturalnych na terenie gminy, a także do sprawozdań z tych imprez;

– socjalizacyjnych – poprzez zamieszczanie opisów zachowań niemoralnych lub nieetycznych, głównie przedstawicieli władzy, a także poprzez zamieszczanie artykułów o popełnionych przestępstwach i wymierzonych karach, o nagradzaniu pozytywnych zachowań, np. uczniów za wybitne osiągnięcia w nauce lub sporcie;

– pozostałych – dotyczących różnych zagadnień, np. honorowego krwiodawstwa, lokalnych sportowców, ogłoszeń drobnych (dotyczących zamiany, sprzedaży, wynajmu itp.), aktualnych wydarzeń, np. wypadków drogowych czy pożarów, sławnych mieszkańców powiatu wołowskiego i ich osiągnięć, konkursów, ogłoszeń władz lokalnych o przetargach lub nieruchomościach przeznaczonych do sprzedaży.

Z kolei na rynku telewizyjnym wyróżnia się oferta programowa Telewizji Polskiej Programu 1, a w szczególności Redakcji Audycji Rolnych. Programem z wieloletnią tradycją jest “Tydzień” – magazyn rolniczy, w którym rolnictwo, gospodarka i problematyka społeczna są prezentowane z punktu widzenia polityków, związkowców i rolników. Od wielu lat jest emitowany w tym programie „Agrobiznes”, w którym podawane są informacje dla przedsiębiorców pracujących w otoczeniu rolnictwa, rolników i handlowców. W ramówce nadawcy publicznego zwracają uwagę także propozycje telewizji regionalnej, np. TVP Białystok emituje program „Tym żyje wieś”, w którym jest omawiana pomoc unijna dla rolników oraz dla mieszkańców terenów wiejskich i małych miast podejmujących na tych terenach działalność gospodarczą nierolniczą. Natomiast w TVP Wrocław można obejrzeć program poświęcony agroturystyce „Mieszkam na wsi” i „Agrofakty” adresowane do wszystkich mieszkańców wsi – zarówno do tych, którzy żyją z ziemi oraz do tych, którzy mieszkają poza miastem (Telewizja polska, [www.tvp.pl](http://www.tvp.pl), dostęp dn. 22.09.2011 r.).

Na rynku telewizyjnym od ponad roku jest obecna także Telewizja TVR – pierwsza w Polsce rolnicza niekodowana telewizja satelitarna o zasięgu ogólnopolskim, dostępna za pośrednictwem platform cyfrowych (Cyfrowy Polsat, Telewizja „n”, Cyfra Plus, HotBird). Telewizja TVR oferuje programy biznesowe, informacyjne i rozrywkowe w trzech blokach tematycznych:

– biznes – blok poświęcony informacjom, poradom, analizom rolniczym, które ułatwiają zrozumienie biznesu rolniczego i umożliwiają zwiększenie rentowności gospodarstw rolnych;

- edukacja – blok poświęcony prezentacji prawa europejskiego, nowych technologii i dynamicznego rynku, czyli tych wszystkich czynników, które zmieniają wieś;
- rozrywka – blok promujący regionalny folklor, potrawy, tańce, muzykę, obejmujący programy o wszystkim, co jest polskie, regionalne i ciekawe (O telewizji, [www.tvr24.pl](http://www.tvr24.pl), dostęp dn. 5.09.2011 r.).

Ponadto TVR jest medium interaktywnym, umożliwiającym współtworzenie programów przez widzów.

W ofercie środków masowego przekazu powinny znajdować się także programy poruszające – oprócz spraw dotyczących rolnictwa – problemy społeczne mieszkańców wsi małych miast. Analizując telewizyjne ramówki programowe (a także radiowe ramówki programowe), stwierdzić należy, że wspomniana tematyka nie jest w nich obecnie poruszana lub jest obecna w bardzo małym stopniu.

Największym źródłem informacji dla mieszkańców terenów wiejskich mógłby stać się internet. Mieszkaniec wsi za pomocą internetu mógłby pozyskać wiedzę dotyczącą np. pomocy unijnej i realizacji programów unijnych przez Agencję Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, hodowli zwierząt, uprawy roślin, sadownictwa, maszyn rolniczych, finansów, ekonomiki, cen, targów i wystaw, a także ubezpieczeń i podatków. Jednak internet nie jest jeszcze na terenach wiejskich powszechny.

Batorski (2009) na podstawie przeprowadzonych badań ustalił, że jedną z barier w korzystaniu z internetu jest brak odpowiedniej motywacji bądź umiejętności korzystania z komputera. W przypadku korzystania z telefonów komórkowych bariery te nie są aż tak istotne, ponieważ nawet osoby starsze potrafią je obsługiwać (Batorski 2009).

Tym samym, mimo powszechności mediów, występują dysproporcje w informowaniu odbiorców. Okazuje się bowiem, że intensywny napływ informacji do całego systemu społecznego nie musi prowadzić do ujednoczenia poziomu informowania jego członków, a wręcz przeciwnie – może zwiększać dysonans pomiędzy nimi. Zjawisko to zostało odzwierciedlone w hipotezie „różnic wiedzy”, według której warstwy ludności o wyższym społeczno-ekonomicznym statusie przyswajają informacje w szybszym tempie i większym zakresie niż warstwy o niższym statusie. Hipoteza ta dotyczy jednak pewnych typów informacji – największe różnice wystąpią w odbiorze informacji dotyczących np. spraw międzynarodowych czy popularyzacji nauki, a mniejsze – w zakresie poradnictwa, hobby, informacji handlowych (Goban-Klas 2002).

## **DOSTĘP DO MEDIÓW ELEKTRONICZNYCH NA OBSZARACH WIEJSKICH**

Na podstawie danych GUS z lat 2006–2010 (Społeczeństwo informacyjne. Wyniki badań statystycznych z lat 2006–2010 2010) można ustalić stopień wykorzystania technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w Polsce. Wyposażenie gospodarstw domowych w komputery w 2010 r. – z uwzględnieniem miejsca zamieszkania – wynosi w dużych miastach 72,9%, w mniejszych miastach – 70,3%, a na obszarach wiejskich – 63,7%. Polska zajmuje 18. miejsce w Europie pod względem wyposażenia gospodarstw domowych w komputery. Liczba osób korzystających z komputera w Polsce wyniosła w 2010 r. 19,8 mln, przy czym 16,7 mln stanowili regularni użytkownicy (przy czym przez regularne korzystanie należy rozumieć korzystanie z komputera co najmniej raz w tygodniu).

Natomiast jeśli chodzi o dostęp do internetu, według danych GUS z lat 2006–2010 (Społeczeństwo informacyjne. Wyniki badań statystycznych z lat 2006–2010 2010), to odnotowano wzrost liczby gospodarstw posiadających łącze internetowe w domu. W 2010 r. takich gospodarstw było 63,4%. Jeśli chodzi o miejsce zamieszkania, to stwierdzono, że dostęp do internetu w 2010 r. w dużych miastach miało 68,8% gospodarstw domowych, w mniejszych miastach – 65,1% gospodarstw domowych, a na obszarach wiejskich – 56,2%. W porównaniu z 2009 r. największy wzrost dostępu gospodarstw do internetu odnotowano na obszarach wiejskich – wyniósł on prawie 6 punktów procentowych. Pod względem liczby gospodarstw domowych z dostępem do internetu Polska zajmuje w Europie 20. miejsce. Dostęp do szerokopasmowego internetu w 2010 r. miało w sumie 57% gospodarstw domowych. Jeśli chodzi o miejsce zamieszkania, to dostęp do szerokopasmowego internetu w 2010 r. miało w dużych miastach 63,7% gospodarstw domowych, w mniejszych miastach – 59,5% gospodarstw domowych, a na wsi – 46,9% gospodarstw. Wśród krajów europejskich Polska zajmuje 20. miejsce pod względem dostępu gospodarstw domowych do szerokopasmowego internetu (Społeczeństwo informacyjne w Polsce..., [www.stat.gov.pl](http://www.stat.gov.pl), dostęp dn. 25.09.2011 r.).

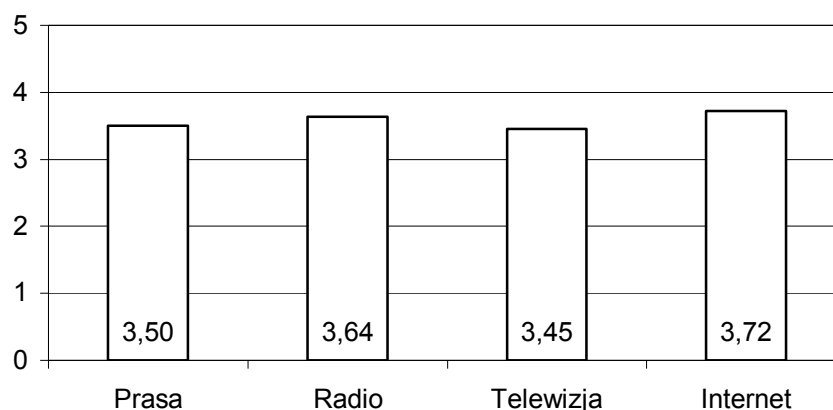
Według danych KRRiT (Telewizja cyfrowa dla wszystkich mediów i analityków, [www.krrit.gov.pl/dla](http://www.krrit.gov.pl/dla), dostęp dn. 5.10.2011 r.), zaprezentowanych w kwietniu 2011 r. podczas Forum Technologii Cyfrowych w Poznaniu, 64% gospodarstw domowych posiada więcej niż jeden odbiornik telewizyjny, a 18% więcej niż dwa odbiorniki telewizyjne. Jednak nie wszyscy nadawcy telewizji naziemnej docierają ze swoją ofertą programową do każdego gospodarstwa domowego, z wyjątkiem nadawcy publicznego, którego zasięg wynosi prawie 100%, poza programem TVP Info, który nie dociera do 29% Polaków. Natomiast jeśli chodzi o stacje komercyjne, to Polsatu nie odbiera 15% Polaków, programu TVN – 52% Polaków, TV4 – 74%, a programu TV Puls – 76% mieszkańców naszego kraju. Dlatego bardzo ważne stają się inne sposoby odbioru sygnału telewizyjnego. Według tego samego źródła około 34% Polaków korzysta z telewizji naziemnej, 32% z telewizji satelitarnej, a 34% – z telewizji kablowej.

Wiodącą platformą cyfrową jest Cyfrowy Polsat, który pod koniec 2010 r. miało 56,5% abonentów telewizji satelitarnej. Ogółem abonentów trzech wiodących platform cyfrowych pod koniec 2010 r. było 6,23 mln (Platformom coraz trudniej o klienta, [www.rp.pl](http://www.rp.pl), dostęp dn. 29.09.2011 r.). Mimo że na terenach wiejskich mieszka ok. 40% Polaków, platformy cyfrowe nie mają bogatej oferty programowej skierowanej właśnie do nich. Generalnie w ofercie programowej platform cyfrowych dominują głównie kanały filmowe, rozrywkowe, informacyjne, a programy lokalne są obecne w takim stopniu, w jakim oferta programowa obejmuje stacje telewizyjne oferujące takie programy.

## **POZYCJA MEDIÓW TRADYCYJNYCH I NOWYCH WŚRÓD ŹRÓDEŁ INFORMACJI WEDŁUG OPINII BADANYCH**

Na podstawie przeprowadzonych badań ustalono, że 67% mieszkańców wsi nie odczuwa potrzeby dostępu do dużej liczby informacji, chociaż prawie 84% respondentów uważa, że najważniejszą funkcją mediów jest funkcja informacyjna. Źródłami informacji, z których badani korzystali codziennie, były media tradycyjne – radio i telewizja. Internet znalazł się na trzeciej pozycji wśród źródeł informacji, z których codziennie korzystali bada-

ni. Prasa zajęła ostatnią pozycję w tej klasyfikacji. Ankietowani zostali zapytani również o to, które medium najlepiej zaspokaja ich potrzeby informacyjne, przy czym ocenę trzeba było przeprowadzić w skali od 1 do 5. Ocena najwyższa oznaczała medium w największym stopniu odpowiadające potrzebom informacyjnym, a ocena najniższa – w najmniejszym stopniu. Na rysunku 1 przedstawiono szczegółowe dane.



Rys. 1. Stopień zaspokajania potrzeb informacyjnych przez poszczególne media

Jako medium w największym stopniu odpowiadające potrzebom informacyjnym ankietowani najczęściej wskazywali internet (3,72 pkt), następnie radio oraz prasę regionalną i lokalną. Telewizja naziemna znalazła się w tej klasyfikacji dopiero na czwartym miejscu (3,45 pkt).

Na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych ustalono, jaki odsetek mieszkańców badanych terenów wiejskich posiada komputer oraz dostęp do internetu. W 81% gospodarstwach domowych był komputer, jednak tylko w 74% przypadków możliwe było połączenie z internetem z domowego komputera. Najczęstszą przyczyną braku komputera w gospodarstwie domowym było to, że jest on zbyt skomplikowany w obsłudze oraz że jest zbyt cenny. Na czynnik ekonomiczny jako przyczynę braku komputera w domu wskazało 15,3% respondentów. Szczegółowe dane zaprezentowano na rys. 2.

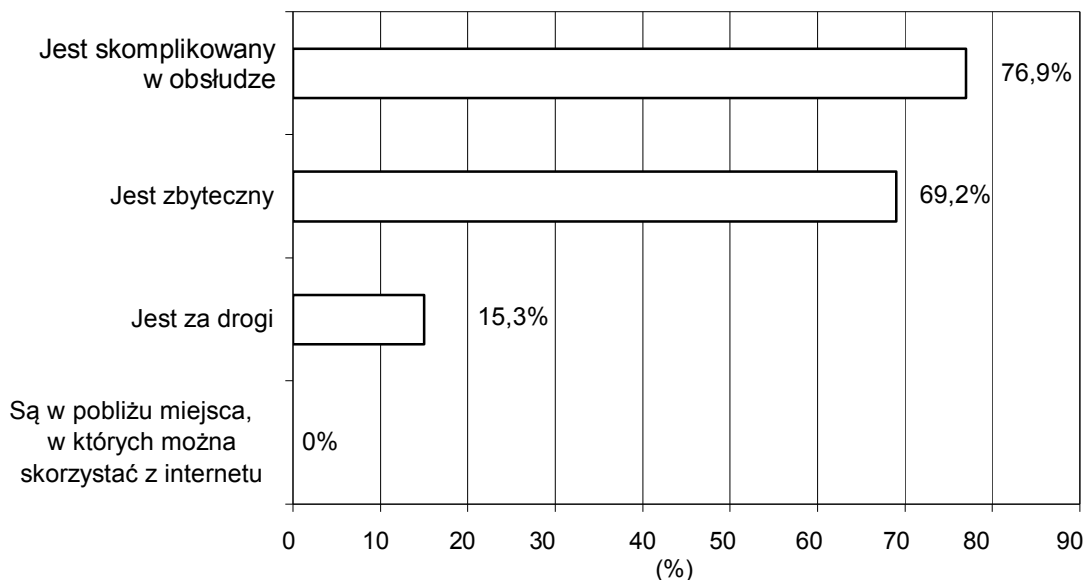
Wśród przyczyn braku internetu w gospodarstwach domowych 65% badanych wskazało, że nie jest on potrzebny; na brak odpowiednich kwalifikacji wskazało 34% badanych. Na zbyt duże koszty dostępu wskazało 21% ankietowanych, a na brak technicznych możliwości podłączenia – 13%. Inne wymieniane powody to przekonanie, że internet nie ma nic ciekawego do zaoferowania, że można korzystać z internetu w innych miejscach, że internet może być szkodliwy (np. zajmuje dużo czasu, demoralizuje dzieci).

Najczęstsze miejsca korzystania z internetu, wskazywane przez ankietowanych, to dom (66,2%), praca (36,2%) oraz mieszkania innych osób (30%). Na dalszych miejscach znalazły się szkoła, kawiarenka internetowa, dom kultury, biblioteka publiczna oraz urząd gminy.

Respondenci najczęściej korzystaliby z internetu w celu zapisania dzieci do przedszkoli i szkół, a także w celach zdrowotnych. Dostrzegane byłyby także inne potrzeby korzystania z internetu, a wśród nich:

- przeszukiwanie katalogów, wypożyczanie książek (biblioteki publiczne);
- sprawy możliwe do załatwienia drogą elektroniczną (urzędy pracy);
- wysyłanie deklaracji podatkowych przez internet – co czwarty badany (urzędy skarbowe);

- poczta elektroniczna – 82,5% badanych;
- wyszukiwanie informacji o towarach i usługach;
- szukanie pracy i wysyłanie własnych ofert;
- czytanie i pobieranie czasopism online – 38% badanych.



Rys. 2. Przyczyny braku komputera w gospodarstwie domowym. Badany mógł wybrać więcej niż jedną odpowiedź

Respondenci wskazywali także na źródła instytucjonalne, takie jak Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa czy ośrodki doradztwa rolniczego, chociaż nie były one tak popularne jak media. Na podstawie przeprowadzonych badań ustalono, że ponad 57% badanych nie korzystało ze źródła informacji, jakim może być Agencja Rynku Rolnego, ponad 56% nie korzystało z pomocy oferowanej przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Agencję Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa. Z pomocy ośrodków doradztwa rolniczego nie korzystało ponad 51% respondentów, a z usług banków spółdzielczych – 46%. Nieco popularniejszym źródłem informacji okazały się domy kultury, bowiem z ich oferty informacyjnej nie korzystało prawie 39% badanych.

## STATUS EKONOMICZNY I WYKSZTAŁCENIE BADANYCH A DOSTĘP DO ŹRÓDEŁ INFORMACJI

Największa różnica w liczbie rodzin posiadających komputery występowała między gospodarstwami najlepiej i najgorzej sytuowanymi. Zbadano zależność między wysokością dochodów netto na osobę w rodzinie a posiadaniem komputera w gospodarstwie domowym i ustalono, że w grupie gospodarstw domowych o dochodach netto do 1100 zł na osobę ponad 68% posiada komputery, a w grupie o dochodach netto powyżej 2500 zł na osobę komputery są we wszystkich gospodarstwach.

Stwierdzono, że status ekonomiczny nie ma decydującego wpływu na dostęp do internetu. Istotne powody braku dostępu do sieci to brak takiej potrzeby, brak technicznych możliwości podłączenia internetu i brak odpowiednich kwalifikacji do korzystania z niego.



Przeprowadzona analiza uprawnia także do stwierdzenia, że potrzeba dostępu do dużej liczby informacji jest największa w grupie rodzin najlepiej sytuowanych i wynosi 42,8%. Na drugim miejscu znalazły się gospodarstwa domowe z najniższym statusem ekonomicznym – 36,5%. Najmniejszy odsetek osób odczuwających potrzebę dostępu do dużej liczby informacji odnotowano w grupie o średnim statusie ekonomicznym.

Biorąc pod uwagę najniższe i najwyższe dochody w gospodarstwach domowych, ustalono odsetek osób korzystających codziennie z telewizji, radia, prasy i internetu w każdej z tych grup dochodowych. Osoby z gospodarstw o najniższym statusie ekonomicznym w takim samym stopniu, co osoby z gospodarstw o najwyższym statusie, korzystały z telewizji. Więcej osób o najniższym statusie ekonomicznym – w porównaniu z liczbą osób o najwyższym statusie ekonomicznym – korzystało z radia i prasy. Jedynie w przypadku korzystania z internetu przewagę uzyskały osoby z rodzin o dochodzie netto powyżej 2500 zł na osobę.

Uwzględniając wykształcenie ankietowanych, przeanalizowano także przyczyny braku dostępu do internetu. Prawie 84% ankietowanych z wykształceniem podstawowym wskazywało na brak odpowiednich kwalifikacji do korzystania z internetu i na fakt, że nie jest on potrzebny. Osoby te nie wskazywały jednak na takie bariery, jak zbyt duże koszty dostępu oraz brak technicznych możliwości podłączenia.

W grupie osób z wykształceniem zasadniczym najwięcej osób (ponad połowa) wskazało, że internet nie jest im potrzebny, natomiast co dziesiąty ankietowany z tym wykształceniem nie posiadał odpowiednich kwalifikacji. Z kolei co trzeci badany wymieniał zbyt wysokie koszty dostępu, a co dziesiąty uważał, że przyczyną jest brak technicznych możliwości.

Osoby ze średnim wykształceniem najczęściej stwierdzały, że internet nie jest im potrzebny (62,5%). Natomiast co czwarty badany legitymujący się średnim wykształceniem uznał za przyczynę braku dostępu do internetu brak odpowiednich kwalifikacji, zbyt wysokie koszty dostępu i brak technicznych możliwości. Wymienione przyczyny nie stanowiły bariery dla osób z wykształceniem wyższym.

Przeprowadzone badania umożliwiły określenie oczekiwań wobec funkcji realizowanych przez media w zależności od wykształcenia. Wszyscy stwierdzali, że media powinny pełnić przede wszystkim funkcję informacyjną, chociaż opinia taka była formułowana głównie przez osoby z wykształceniem wyższym. W pozostałych grupach wskaźniki były niższe. Z kolei na funkcję reklamowo-ogłoszeniową wskazywało jedynie 14,2% osób z wyższym wykształceniem, 17,2% osób z wykształceniem średnim i co piąta osoba z grupy osób z wykształceniem zasadniczym i podstawowym. Więcej osób wskazywało na funkcję integrowania środowisk lokalnych – dotyczyło to 28,5% osób z wyższym wykształceniem, 20,6% ze średnim wykształceniem i 15% z zasadniczym. Żadna z osób z wykształceniem podstawowym nie wskazała na tę funkcję. Co trzeci ankietowany z wykształceniem wyższym uważa, że ważną funkcją mediów jest promowanie inicjatyw lokalnych. Wskaźnik ten zmniejszał się wraz z wykształceniem, przy czym na funkcję tę nie wskazała żadna z osób z wykształceniem podstawowym. Osoby z wyższym wykształceniem wskazywały także na funkcję kultywowania tradycji ludowej i funkcję kształtowania opinii publicznej. Wskaźniki te w grupach osób z niższym wykształceniem były niższe. Na funkcję rozrywkową najczęściej wskazywały osoby z wykształceniem zasadniczym i zawodowym (co trzeci badany).

Zbadano również wpływ wykształcenia na potrzebę dostępu do dużej liczby informacji, która jest odczuwana w największym stopniu w grupie osób z wykształceniem zasadniczym (45%). W grupie osób z wykształceniem średnim odsetek ten wyniósł 30,7%, a w grupie osób z wykształceniem wyższym – 28,5%. Najmniej osób odczuwających potrzebę dostępu do dużej liczby informacji odnotowano w grupie osób z wykształceniem podstawowym (23% wskazań).

## PODSUMOWANIE

Współczesną społeczność wiejską stanowią mieszkańcy o różnym poziomie potrzeb informacyjnych, uczestniczący w istotnych przeobrażeniach społeczno-ekonomicznych. Dlatego tak ważne stają się większy dostęp do pełnej informacji i wzrost świadomości istnienia potrzeby informacji, co powinno nasilać się wraz ze zwiększaniem dostępu do nowych technologii, np. dzięki rozbudowie sieci szerokopasmowego internetu na obszarach wiejskich. Ważne staje się zatem zrozumienie tego, jakie możliwości oferują nowe technologie i tego, aby sami odbiorcy mogli decydować o tym, w jakim stopniu oraz kiedy chcą z nich korzystać.

Z przeprowadzonych badań wynika, że media tradycyjne (telewizja i radio) w rankingu źródeł informacji zajmują nadal pierwszą pozycję, chociaż internet najpełniej zaspokaja potrzeby informacyjne. Powinno to być zauważone przez pracowników administracji publicznej, którzy mogliby jak najwięcej swoich usług udostępniać w internecie.

Badani wskazywali najczęściej na możliwość elektronicznych zapisów do szkół i przedszkoli oraz na usługi zdrowotne. Jednak należy pamiętać również o tym, że status ekonomiczny ma decydujące znaczenie w dostępie do mediów nowych. Zależności takiej nie stwierdzono w przypadku dostępu do mediów tradycyjnych i w stopniu ich wykorzystania. Istotny jest również poziom wykształcenia, bowiem wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia zmniejszała się liczba wskazań dotyczących barier w dostępie do internetu, takich jak: brak odpowiednich kwalifikacji, zbyt wysokie koszty czy brak technicznych możliwości. Natomiast dostrzeżenie przez badanych poszczególnych funkcji realizowanych przez media, w zależności od poziomu wykształcenia, uprawnia do stwierdzenia, że im wyższy jest poziom wykształcenia, tym bardziej świadomie wybierane są treści prezentowane przez media i tym większa jest umiejętność wykorzystania tych informacji w praktyce. Poziom wykształcenia i status społeczno-ekonomiczny są czynnikami wpływającymi na przyswajanie informacji. W związku z powyższym kluczowe są wielokierunkowe działania podejmowane zarówno przez państwo (edukacja obywateli, cyfryzacja organów administracji publicznej, zwiększanie dostępu do mediów), jak i media (uwzględnianie w przekazie medialnym oczekiwań odbiorców).

## PIŚMIENNICTWO

**Audycje radiowe**, [www.armir.gov.pl/serwis-prasowy/pl](http://www.armir.gov.pl/serwis-prasowy/pl), dostęp dn. 22.09.2011 r.

**Batorski D.** 2009. Korzystanie z technologii informacyjno-komunikacyjnych, w: *Diagnoza społeczna 2009. Warunki i jakość życia Polaków*. Red. J. Czapiński, T. Panek. Warszawa, Rada Monitoringu Społecznego, 289–291.

**Goban-Klas T.** 2002. *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa, Wydaw. Nauk. PWN, 15.

**Kurier gmin. Tygodnik powiatu wołowskiego**, [www.kuriergmin.pl](http://www.kuriergmin.pl), dostęp dn. 21.09.2011 r.

- Michalczyk S.** 2008. Społeczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego. Katowice, „Śląsk” Sp. z o.o., 330.
- O nas**, [www.kuriergmin](http://www.kuriergmin), dostęp dn. 21.09.2011 r.
- O telewizji**, [www.tvr24.pl](http://www.tvr24.pl), dostęp dn. 5.09.2011 r.
- Obrona lokalności i demokracji lokalnej. Strategia działania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji na rzecz ochrony lokalnego charakteru i pluralizmu oferty programowej w lokalnych mediach elektronicznych.** 2005. Warszawa, [www.krrit.gov.pl](http://www.krrit.gov.pl), dostęp dn. 25.08.2011 r.
- Platformom coraz trudniej o klienta**, [www.rp.pl](http://www.rp.pl), dostęp dn. 29.09.2011 r.
- Platformom coraz trudniej o klienta**, [www.rp.pl](http://www.rp.pl), dostęp dn. 29.09.2011 r.
- Polskie radio**, [www.polskieradio.pl](http://www.polskieradio.pl)
- Portal informacyjny gazet lokalnych**, <http://gazetylokalne.pl>, dostęp dn. 21.09.2011 r.
- Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2006–2010. Informacje i opracowania statystyczne.** 2010. Warszawa, GUS, 76–78, dostęp dn. 21.09.2011 r.
- Telewizja cyfrowa dla wszystkich mediów i analityków**, [www.krrit.gov.pl/dla](http://www.krrit.gov.pl/dla), dostęp dn. 5.10.2011 r.
- Telewizja polska**, [www.tvp.pl](http://www.tvp.pl), dostęp dn. 22.09.2011 r.

