

Celem badania była diagnoza kompetencji komunikacyjnych mieszkańców wsi. W ramach projektu dokonana została ocena możliwości wykorzystania nowych mediów w budowaniu otwartych i przejrzystych sieci relacji społecznych na terenach wiejskich. W jego wyniku stwierdzono, że nie można obecnie mówić o wykluczeniu cyfrowym mieszkańców obszarów wiejskich w sensie braku dostępu do cyfrowych technologii komunikacyjnych. Odrębnym problemem jest natomiast świadome i kreatywne wykorzystanie tych technologii w życiu publicznym i ich wpływ na integrację wiejskich społeczności lokalnych.

Z badania wynika, że w ostatnich latach stworzono techniczne podstawy dla swobodnego komunikowania się mieszkańców obszarów wiejskich w internecie. Tworząca się na obszarach wiejskich sieć instytucji i organizacji (Lokalne Grupy Działania, Lokalne Grupy Rybackie, Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich, jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe) – wymaga wręcz, by w komunikacji związanej z ich działaniem, na szeroką skalę wykorzystywano instrumenty komunikacji w sferze publicznej. Przeciętny mieszkaniec polskiej wsi jest jednak w internecie bardziej konsumentem gotowych treści niż ich współtwórcą. Cyfrowe techniki komunikacyjne są dla niego bardziej źródłem rozrywki i narzędziem porozumiewania się w sferze prywatnej, niż narzędziem, które można wykorzystać do mobilizacji i łączenia zasobów społeczności lokalnych, współpracy i porozumiewania się w osiąganiu wspólnych celów. Innymi słowy – wykorzystanie nowych mediów na obszarach wiejskich nie wpływa znacząco na budowanie lepszej jakości kapitału społecznego.

Dzisiejsza wieś ma jednak szereg potencjałów, które mogą sprzyjać zmianie tego stanu rzeczy. Pierwszym i niezbędnym krokiem, by to osiągnąć, jest zmiana postaw użytkowników nowych mediów, przede wszystkim poprzez skłonienie ich do aktywnego i kreatywnego korzystania z możliwości, jakie stwarzają cyfrowe technologie komunikacji. Podstawową rekomendacją z badania jest potrzeba opracowania i wdrożenia konkretnych narzędzi wspomagających tworzenie sieci społecznych na wsi na wstępnym etapie ich rozwoju (media internetowe, platformy blogowe, itp.). Narzędzia takie można tworzyć w oparciu o dostępne już w sieci usługi – np. serwisy społecznościowe. Kto mógłby być odbiorcą tego rodzaju oferty? Kto twórcą? Z jakich elementów powinna się ona składać? Jak ją promować i finansować? – na te pytania i inne pytanie postaramy się odpowiedzieć w następnym projekcie badawczym, którego potrzeba przeprowadzenia wydaje się konsekwencją dotychczas sformułowanych wniosków.

Polecamy lekturę raportu z badania. Raport „Wieś czy globalna wioska?” dostępny jest na blogu projektu: <http://wiesczyglobalnawioska.pl/category/raporty/>.

Badanie zrealizowane zostało w okresie sierpień – grudzień 2012 roku przez firmę doradczo-badawczo-szkoleniową Agrotec Polska sp. z o.o., a sfinansowane ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego.