

Joanna Toszek

Wpływ programów telewizyjnych na kształtowanie się stereotypów

Na podstawie ogromnej liczby informacji, które napływają do nas z zewnątrz – tzn. z prasy, radia, telewizji czy wszechobecnego już Internetu – staramy się analizować i interpretować otaczającą nas rzeczywistość, podejmujemy próbę opisu świata, a w konsekwencji podejmujemy decyzje, które w mniejszym bądź w większym stopniu rzutują na nasze dalsze życie.

Aby nie pogubić się w tym informacyjnym chaosie, coraz częściej przyjmujemy stanowczą postawę, w której stosujemy takie działania, które mają na celu uzyskanie jak najlepszych efektów (zwłaszcza interpretacyjnych), przy jak najmniejszym wysiłku (nie zagłębiając się w zagadnienie, nie analizujemy szczegółowo). Bardzo często przy ocenie pomijamy niektóre (wydawać by się mogło) istotne informacje bądź – z drugiej strony – przypisujemy większą rangę innym, co w konsekwencji tworzy nam zoptymalizowany, prosty ogląd otaczającej nas rzeczywistości. Taki obraz zawiera zwykle w swoim planie wiele błędów, nie jest w pełni adekwatny do tego, co widzimy lub sądzimy, jednak z naszego punktu widzenia jest dobry i zadowalający.

Możemy zatem przyjąć, że taki ogląd przyczynia się do rozwoju strategii, którą nazywamy kategoryzacją. Parafrazując, kategoryzacja to tworzenie bardzo ogólnych, enigmatycznych pojęć, będących odzwierciedleniem ogólnych cech oraz stosunków osób i zdarzeń. Gdy próbujemy odpowiedzieć sobie na pytanie o przyczynę, konsekwencje czy wreszcie o częstotliwość zachowań danej osoby, wówczas posługujemy się tą właśnie strategią.

Kategoryzowanie rzeczywistości społecznej (poprzez częste powtarzanie i utrwalanie oraz brak głębszej analizy) w dużym stopniu wpływa na powstawanie stereotypowych skojarzeń. W procesie myślenia stereotypowego w łatwy sposób odwołujemy się do utrwalonych właśnie w wyniku długotrwałego powtarzania uproszczonych po-

glądów. Dotyczyć one mogą państw, organizacji państwowych, różnych instytucji, narodów czy grup społecznych. Owe uproszczone poglądy to właśnie stereotypy.

Według Elliota Aronsona (amerykańskiego psychologa, znanego z przeprowadzenia eksperymentu klasy z puzzli¹ oraz z badań nad dysonansem poznawczym, prowadzącego badania nad zagrożeniem stereotypem²) „stereotyp” oznacza „przypisywanie identycznych cech każdej osobie należącej do danej grupy, bez uwzględnienia istniejących w rzeczywistości różnic między członkami tej grupy”³.

Bardzo często zdarza nam się oceniać kogoś pochopnie. Zwykle nie mamy czasu na głębsze poznanie i z góry, wiedząc gdzie ktoś mieszka bądź czym się zajmuje, dokonujemy schematycznej oceny. W tej sytuacji pomocne mogą być media czy to lokalne, krajowe, czy światowe, które przychodzą z pomocą i albo utrwalają – albo zmieniają ugruntowany obraz (stereotyp).

Przygotowywane przez różne stacje programy telewizyjne starają się pomóc, dokonać selekcji, odróżnić to, co ważne i wartościowe, od tego, co jest nieistotne. Poniżej pokrótce omówione zostaną programy zmieniające stereotyp polskiej wsi.

Programy wpływające na zmianę stereotypu rolnika i wsi

Telewizja Polska zgodnie z art. 21 ust. 1 ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, ma za zadanie realizować misję publiczną, tzn. oferować całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu⁴. Dlatego programy telewizji publicznej umożliwiają obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym, ułatwiają prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk, służą rozwojowi intelektualnemu. Pozwalają poprzez rzetelne ukazywanie różnorodności na kształtowanie określonego poglądu. Programy pokazujące walory polskiej wsi i szeroko pojętego rolnictwa są w stanie wpłynąć na zmianę naszego obrazu, dotyczącego – na przykład – stereotypu osoby mieszkającej poza miastem – rolnika.

Dzięki szerokiej gamie programów rolniczych, emitowanych czy to w paśmie ogólnopolskim (na antenie TVP1, TVP2, TVP3), czy w paśmie lokalnym (na przy-

¹ Celem eksperymentu było badanie metod redukcji uprzedzeń wśród dzieci.

² Zob. szerzej: <http://aronson.socialpsychology.org>, odczyt z dn. 5.04.2016.

³ E. Aronson, *Człowiek – istota społeczna*, Warszawa 2009, s. 112–115.

⁴ Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz.U. 2015, poz. 1531 ze późn. zm.), art. 21 ust. 1.

kład antena TVP3 Szczecin) możemy zauważyć, że rolnik posiada niekiedy wiedzę z większej liczby dziedzin niż przeciętny mieszkaniec miasta.

Do programów tych należą:

- 1) „Dzień dobry w sobotę” – magazyn przeznaczony dla wszystkich, którzy mieszkają poza wielkimi miastami lub interesują się wsią i rolnictwem, dobrą polską żywnością i zdrowym stylem życia; w programie zobaczyć można, w jaki sposób produkuje się zdrową i bezpieczną żywność oraz jak żyć „w zgodzie z naturą”⁵;
- 2) „Agrobiznes” – program informacyjny, przeznaczony dla rolników, handlowców, biznesmenów pracujących w otoczeniu rolnictwa, ale także dla „mieszczuchów”⁶;
- 3) „Apetyt na EURO-pe” – w programie możemy znaleźć informacje o nowych decyzjach Komisji Europejskiej i Parlamentu Europejskiego oraz dostosowaniu do nich polskiego prawa (w szczególności tych, które dotyczą bezpieczeństwa żywności, interwencji na rynkach rolnych i wsparcia finansowego rolnictwa⁷);
- 4) „Klimaty i smaki” – program ukazujący bogactwa geograficzne, tradycje i kulinaria różnych regionów Polski⁸;
- 5) „Magazyn rolniczy” – program dla wszystkich zainteresowanych żywnością, zwłaszcza dla tych, którzy są związani z pracą w rolnictwie i mieszkają na wsi; w programie w przejrzysty sposób można zobaczyć, czym różni się produkcja ekologicznej żywności od konwencjonalnej, jak produkuje się wędliny, sery soki czy przetwory⁹;
- 6) „Po sąsiedzku” – tematyka programu dotyczy samorządów; każdy odcinek pokazuje jak samorząd, zwłaszcza gminny realizuje podstawowe prawa czło-

⁵ Program „Dzień dobry w sobotę” emitowany w latach 2014–2015. Wszystkie odcinki dostępne na stronie internetowej <http://vod.tvp.pl/15179473/dzien-dobry-w-sobote>, odczyt z dn. 11.03.2016.

⁶ Program „Agrobiznes” emitowany jest na antenie TVP1 od poniedziałku do piątku o godz. 12:10. Zob. szerzej: <http://www.tvp.pl/informacje-rolnicze/agrobiznes/wideo>, odczyt z dn. 11.03.2016.

⁷ Program „Apetyt na EURO-pe” emitowany w latach 2012–2013. Wszystkie odcinki dostępne na stronie internetowej http://www.tvp.pl/informacje-rolnicze/apetyt-na-europe/wideo?id=&sort_by=POSITION&sort_desc=false&start_rec=48&listing_mod=1&with_video=, odczyt z dn. 11.03.2016.

⁸ Program „Klimaty i smaki” emitowany w latach 2012–2013. Wszystkie odcinki dostępne na stronie internetowej <http://www.tvp.pl/informacje-rolnicze/klimaty-i-smaki/wideo>, odczyt z dn. 12.03.2016.

⁹ Program „Magazyn rolniczy” emitowany jest na antenie TVP1 raz w miesiącu o godz. 12:30. Zob. szerzej: <http://www.tvp.pl/informacje-rolnicze/magazyn-rolniczy/wideo/02032016-1230/23980946>, odczyt z dn. 12.03.2016.

- wieka, jak prawo do mieszkania, pracy, edukacji, kultury, ochrony zdrowia, rozwoju osobistego, przemieszczania się, wypoczynku¹⁰;
- 7) „Rok w ogrodzie” – program, w którym kiedy i jak sadzić rośliny, nawozić je, przycinać i chronić; ponadto – ogrodnicze nowości i ciekawostki oraz pomysły na zagospodarowanie zielenią przestrzeni w domu i poza nim¹¹;
 - 8) „To się oplaca” – w programie „abc” trudnego procesu, jakim jest produkcja rolna¹²;
 - 9) „Tydzień” – w programie poruszane są aktualne tematy związane głównie ze wsią; politycy, związkowcy i rolnicy zaproszeni do studio prezentują swoje poglądy odpowiadając na pytania widzów¹³;
 - 10) „Farmer” – to program dla rolników i producentów żywności, ale także dla przedsiębiorców i miłośników życia na wsi; w magazynie przedstawiane są problemy wsi, pracy w gospodarstwach, na plantacjach, fermach hodowlanych i przetwórnictwach¹⁴;
 - 11) „Grunt to grunt” – magazyn o nieruchomościach nie tylko rolnych; wszystko na temat dzierżawy, kupna działek rolnych, inwestycyjnych czy rekreacyjnych od Agencji Nieruchomości Rolnych¹⁵;
 - 12) „Przystań z Telewizją Euro Wies” – dzięki programowi widzowie zwiększą swą wiedzę na temat możliwości pozyskiwania środków z Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach PROW i KSOW¹⁶;
 - 13) „Eurofarmer” – program rolniczy o tematyce unijnej, a w nim wszystko o rolnictwie w Unii Europejskiej¹⁷;
 - 14) „PROW – zmieniamy zachodniopomorską wieś” – w programie znajdują się informacje dotyczące procedury przyznawania dofinansowania w ramach

¹⁰ Program „Po sąsiedzku” emitowany w 2012 r. Wszystkie odcinki dostępne na stronie internetowej <http://www.tvp.pl/informacje-rolnicze/po-sasiedzku/5312058>, odczyt z dn. 12.03.2016.

¹¹ Program „Rok w ogrodzie” emitowany jest na antenie TVP1 w każdą sobotę o godz. 07:30. Zob. szerzej: <http://rokwogrodzie.tvp.pl/>, odczyt z dn. 12.03.2016.

¹² Program „To się oplaca” emitowany w latach 2011–2013. Wszystkie odcinki dostępne na stronie internetowej http://www.tvp.pl/informacje-rolnicze/to-sie-oplaca/wideo?sort_by=POSITION&sort_desc=false&start_rec=24&listing_mod=1&with_video=, odczyt z dn. 12.03.2016.

¹³ Program „Tydzień” emitowany jest na antenie TVP1 w każdą niedzielę o godz. 08:00. Zob. szerzej: <http://www.tvp.pl/informacje-rolnicze/tydzien/wideo/13032016-0800/24117865>, 12.03.2016.

¹⁴ Program „Farmer” emitowany w 2010 r. Wszystkie odcinki dostępne na stronie internetowej <http://szczecin.tvp.pl/17672819/farmer>, odczyt z dn. 12.03.2016.

¹⁵ Program „Grunt to grunt” emitowany w 2011 r. Wszystkie odcinki dostępne na stronie internetowej <http://szczecin.tvp.pl/17672799/grunt-to-grunt>, odczyt z dn. 12.03.2016.

¹⁶ Program „Przystań z Telewizją Euro Wies” emitowany w 2012 roku. Wszystkie odcinki dostępne na stronie internetowej <http://szczecin.tvp.pl/23846353/przystan-z-telewizja-euro-wies>, odczyt z dn. 12.03.2016.

¹⁷ Program „Eurofarmer” emitowany w latach 2010–2014. Wszystkie odcinki dostępne na stronie internetowej <http://szczecin.tvp.pl/23746849/eurofarmer>, odczyt z dn. 12.03.2016.

PROW oraz prezentowane są najlepsze zrealizowane projekty w województwie zachodniopomorskim, współfinansowane ze środków PROW¹⁸;

- 15) „Agro-szansa” – cykl mówiący o inwestycjach w dziedzinie akwakultury i rybołówstwa w regionie zachodniopomorskim¹⁹;
- 16) „Pagus” – cykl programów o rolnikach i rolnictwie²⁰;
- 17) „Telenotatnik” – to cykl programów, głównie felietonów i reportaży, przygotowywanych przez dziennikarzy szczecińskiego oddziału Telewizji Polskiej, poświęconych wydarzeniom, osobom bądź instytucjom, których działania miały i mają wpływ na otaczającą nas rzeczywistość;

Ciekawym reportażem, pokazującym istotne zmiany w postrzeganiu polskiej wsi i jej mieszkańców, jest felieton poświęcony 25-leciu Europejskiego Funduszu Rozwoju Wsi Polskiej²¹ – organizacji pozarządowej, działającej na rzecz rozwoju polskiej wsi.

„Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej rozpoczął swoją działalność 11 października 1990 roku w wyniku umowy pomiędzy rządem polskim a Europejską Wspólnotą Gospodarczą. Po upadku komunizmu pomocy Polsce udzieliła m.in. Europejska Wspólnota Gospodarcza w postaci produktów rolnych i żywnościowych. Środki z ich sprzedaży miały zostać przekazane na rozwój obszarów wiejskich, a nie zasilać budżet państwa. Dlatego też koniecznym stało się powołanie do życia instytucji, która zajmowałaby się ich podziałem. Bruksela miała ograniczone zaufanie do polskiego aparatu urzędniczego. Zresztą nawet niektórzy ministrowie rządu Tadeusza Mazowieckiego byli wysokimi notablami PZPR. Ray Mac Sharry, ówczesny komisarz do spraw rolnictwa Komisji Europejskiej i Rolf Moehler – wówczas dyrektor generalny w Dyrekcji Generalnej Rolnictwo KE uznali, że osobą, która mogłaby stanąć na czele takiej instytucji jest Artur Balazs²² – minister do spraw warunków życia na wsi w rządzie Tadeusza Mazowieckiego²³.

Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej od 25 lat pomaga zmieniać wizerunek polskiej wsi oraz aktywnie wspiera rozwój społeczno-gospodarczy lokalnych spo-

¹⁸ Program „PROW – zmieniamy zachodniopomorską wieś” emitowany w latach 2013–2014. Wszystkie odcinki dostępne na stronie internetowej <http://szczecin.tvp.pl/23846245/prow-zmieniamy-zachodniopomorska-wies>, odczyt z dn. 12.03.2016.

¹⁹ Program „Agro-szansa” emitowany w 2015 roku. Wszystkie odcinki dostępne na stronie internetowej <http://szczecin.tvp.pl/23744940/agroszansa>, odczyt z dn. 12.03.2016.

²⁰ Program „Pagus” emitowany w latach 2012–2013 i 2015. Wszystkie odcinki dostępne na stronie internetowej <http://szczecin.tvp.pl/17672827/pagus>, odczyt z dn. 12.03.2016.

²¹ 25-lecie Europejskiego Funduszu Rozwoju Wsi Polskiej, <http://szczecin.tvp.pl/21848894/telenotatnik-europejski-fundusz-rozwoju-wsi>, odczyt z dn. 5.04.2016.

²² Artur Balazs – założyciel i przewodniczący kapituły Europejskiego Funduszu Rozwoju Wsi Polskiej, polityk, rolnik, działacz opozycji antykomunistycznej, poseł na Sejm PRL X kadencji i Sejm RP I, III i IV kadencji, senator III kadencji, minister w kilku rządach.

²³ 25 lat Europejskiego Funduszu Rozwoju Wsi Polskiej, <http://www.efrwp.pl/news/show/243/25-lat-europejskiego-funduszu-rozwoju-wsi-polskiej>, odczyt z dn. 5.04.2016.

łeczności na terenach wiejskich. Działania Funduszu skupiają się przede wszystkim na wsparciu inwestycji z zakresu infrastruktury technicznej, rozwoju lokalnych przedsiębiorstw oraz działaniach edukacyjnych i społecznych skierowanych do osób zamieszkujących obszary wiejskie.

Dzięki takim programom²⁴ jak „Youngster”, „Na własne konto”, „Misja przyroda”, Warsztaty kulinarne „Gotuj lokalnie”, Warsztaty muzyczne „Jazzmania” czy „Droga do wolności”²⁵ zmienia się stereotyp osób pochodzących z terenów wiejskich. Na potwierdzenie tych argumentów wskażę wyniki badania ankietowego, przeprowadzonego przeze mnie w 2013 r. na reprezentatywnej (dla środowisk miejskich z obszaru województwa zachodniopomorskiego) grupie 100 osób i badania ankietowego przeprowadzonego w 2016 r. na zbliżonej liczbowo grupie osób.

W pierwszym badaniu udział wzięło 60 mężczyzn i 40 kobiet w wieku od 18 do 60 roku życia, z wykształceniem podstawowym, średnim i wyższym, zamieszkujących miasta Szczecin, Stargard Szczeciński (obecnie Stargard), Recz i Wałcz. Wśród wskazanych pojęć związanych ze słowem „rolnik” – 50% wskazało skojarzenie „chłop”, 20% „pole”, 15% „wieś”, 10% „traktor” i 5% „zboże”. Na drugie postawione pytanie „Rolnik jest...?” ponad 40% ankietowanych odpowiedziało, że jest pracowity, nieco mniej – 20 proc. – niewykształcony i zaniedbany (co wskazuje, że mieszkańcy zarówno dużych miast, jak Szczecin czy Stargard, czy mniejszych – Recz i Wałcz, uważają że osoba zajmująca się gospodarstwem rolnym nie ma ukończonych studiów wyższych, tylko kontynuuje tradycje rodzinne i zna się na uprawach i hodowli). 10% wskazało również, że rolnik jest silny i religijny (tabela 1).

Drugie badanie, przeprowadzone trzy lata później na podobnej grupie reprezentatywnej, wyraźnie wskazuje na to, że powoli – dzięki programom telewizyjnym i dostępowi do Internetu²⁶ (który jak dowodzi Jan Beliczyński – jest pierwszym źródłem informacji dzięki przewadze zalet nad wadami²⁷) – obalany jest stereotyp polskiego

²⁴ Programy edukacyjne, <http://www.efrwp.pl/edukacja>, 5.04.2016.

²⁵ Programy edukacyjne z języka angielskiego, edukacji ekonomicznej i przedsiębiorczości, warsztaty muzyczne i kulinarne oraz wyjazdy na zielone szkoły połączone z lekcjami przyrody mają na celu wyrównywanie szans edukacyjnych dzieci i młodzieży z małych miast i wsi.

²⁶ Internet to rewolucyjne, nowoczesne i najbardziej wszechstronne medium w obecnym czasie, które przyciąga odbiorców w każdym wieku, o zróżnicowanych preferencjach i potrzebach. Jego olbrzymia i nieustannie wzrastająca atrakcyjność jest sumą wielu cech. Jedną z nich jest stuprocentowa „multimedialność” – Internet jest bowiem nośnikiem informacji w postaci tekstu, dźwięku i obrazu – łączy tym samym cechy prasy, radia oraz telewizji. Innym atutem internetowej cyberprzestrzeni jest potężny zbiór informacji, które tworzone są we wszystkich możliwych językach, dotyczą też wszelkich możliwych tematów. Co więcej – dostęp do internetowej treści jest bezpłatny – opłatą objęte jest jedynie połączenie z globalną siecią, a nie same wiadomości w niej się znajdujące.

²⁷ Jan Beliczyński systematyzuje zalety Internetu wymieniając: a) światowy zasięg, czyli możliwość dotarcia do każdego użytkownika w każdym kraju, o dowolnej porze dnia i nocy;

Tabela 1. Badanie ankietowe 2013.

Dane osób ankietowanych		kobiety	mężczyźni	kobiety	mężczyźni
		w liczbach		w %	
wiek	18–30	7	19	17,5	31,7
	31–45	28	18	70,0	30,0
	45–60	5	23	12,5	38,3
wykształcenie	podstawowe	10	30	25,0	50,0
	średnie	10	16	25,0	26,7
	wyższe	20	14	50,0	23,3
miejsce zamieszkania	miasto pow. 100 tys. mieszkańców	17	26	42,5	43,3
	miasto do 100 tys. mieszkańców	23	34	57,5	56,7
RAZEM		40	60	100,0	100,0
odpowiedzi					
skojarzenie ze słowem „rolnik”	chłop	50		50,0	
	pole	20		20,0	
	wieś	15		15,0	
	traktor	10		10,0	
	zboże	5		5,0	
rolnik jest	pracowity	40		40,0	
	niewykształcony	20		20,0	
	zaniedbany	20		20,0	
	silny	10		10,0	
	religijny	10		10,0	

Źródło: badania własne.

b) multimedialny charakter, oznaczający, że przekazywana informacja może być stworzona, a następnie nadana w postaci dźwięku, tekstu, filmu, obrazu kolorowego lub dowolnej ich kompozycji; c) szybkość reakcji, wyrażająca się możliwością niemal natychmiastowej odpowiedzi na prośbę o informację; dostęp do informacji za pomocą Internetu jest bowiem o wiele szybszy niż za pośrednictwem zwyczajowych środków przekazu; d) elastyczność, która w tym kontekście oznacza możliwość stałego zmieniania stron internetowych; e) interaktywność, oznaczającą dwustronny sposób komunikowania, w którym odbiorca inicjuje kontakt z Internetem; f) głębię przekazu, zapewniającą słowne wyjaśnienie terminów lub obrazów połączonych z treściami ukrytymi na ekranie monitora pod hiperłączami, co pozwala na maksymalne rozbudowanie i zagwarantowanie wielopoziomowości informacji; g) przyjazny charakter dla środowiska naturalnego wyrażający się brakiem konieczności drukowania materiałów informacyjnych na papierze; h) niski koszt przekazu w porównaniu z tradycyjnymi mediami; i) dostępność przez 24 godziny na dobę. Zob. szerzej: S. Umpirowicz, *Internetowe narzędzia public relations*, [w:] *Public relations w kształtowaniu pozycji konkurencyjnej organizacji*, red. S. Ślusarczyk, J. Świda, D. Tworzydło, Rzeszów 2001, s. 10–11.

rolnika. Coraz częstsze wyjazdy młodych mężczyzn na studia (lepsz infrastruktura komunikacyjna z dużymi miastami i ośrodkami akademickimi), ciekawość świata, zdobywanie szerszych doświadczeń (na spotkaniach z przedstawicielami różnych branż) powoduje, że coraz częściej „rolnik” określany jest mianem „postępowego mężczyzny”, a nie jak do tej pory „zaniedbanego chłopca” (tabela 2).

Tabela 2. Badanie ankietowe 2016.

Dane osób ankietowanych		kobiety	mężczyźni	kobiety	mężczyźni
		w liczbach		w %	
wiek	18–30	11	7	27,5	11,7
	31–45	18	23	45,0	38,3
	45–60	11	30	27,5	50,0
wykształcenie	podstawowe	7	21	17,5	35,0
	średnie	14	6	35,0	10,0
	wyższe	19	33	47,5	55,0
miejsce zamieszkania	miasto pow. 100 tys. mieszkańców	11	34	27,5	56,7
	miasto do 100 tys. mieszkańców	29	26	72,5	43,3
RAZEM		40	60	100,0	100,0
odpowiedzi					
źródła, które rozpowszechniają stereotypy	ludzie	45		45,0	
	Internet	20		20,0	
	telewizja	15		15,0	
	prasa	11		11,0	
	radio	9		9,0	
źródła, które mogą zmieniać stereotypy	ludzie	60		60,0	
	Internet	20		20,0	
	telewizja	10		10,0	
	prasa	5		5,0	
	radio	5		5,0	
obecnie rolnik jest	młodszy	29		29,0	
	lepiej wykształcony	29		29,0	
	ciekawo świata	19		19,0	
	pomysłowy	9		9,0	

Źródło: badania własne.

Ogromny wpływ na takie postrzeganie różnorodności społecznej mają właśnie działania takich fundacji, jak założona 25 lat temu przez ministra Artura Balazsa – Fundacja Europejskiego Rozwoju Wsi Polskiej. Programy skierowane zwłaszcza do

młodzieży bez wątpienia pomagają im w rozwoju pasji i marzeń, dają motywację do działania, wspierają w rozwoju osobistym i społecznym, ułatwiają dostęp i przystosowanie do „dużego świata”, zwłaszcza start w dorosłe życie. Tak przygotowane młode osoby chętnie uczestniczą w różnego rodzaju przedsięwzięciach, chętnie wyjeżdżają na studia i chętnie wracają na wieś, by udoskonalać i lepiej przystosowywać gospodarstwa do zmieniającej się rzeczywistości. Przykładem może być sam założyciel Funduszu – Artur Balazs, który pomimo długoletniej pracy w ministerstwach w stolicy, licznych wyjazdach zagranicznych, nadal wraca do swoich korzeni związanych właśnie z wsią. Z jego inicjatywy wiele zachodniopomorskich wsi uzyskało dostęp do wodociągów, gazu, telefonów, powstały liczne świetlice, sale gimnastyczne dla dzieci, a zwłaszcza lepiej rozwinęła się infrastruktura drogowa między wsią a miastem.

Reasumując, programy telewizyjne dzięki powszechnej dostępności w sieciach kablowych, satelitach i Internecie mają istotny wpływ na otaczającą nas rzeczywistość. To dzięki nim człowiek jest w stanie zmienić zdanie o określonej grupie społecznej. To właśnie programy powodują, że ludzie chętniej spotykają się na konferencjach czy zwykłych spotkaniach i rozmawiają, wymieniają poglądy. To dzięki programom chętnie dzielimy się swoimi przemyśleniami na forach internetowych, a nawet jesteśmy w stanie zorganizować się w obronie ważnych wartości i idei. Felieton, reportaż, relacja, program interwencyjny czy publicystyczny, bez względu na formę może w znaczący sposób pomóc nam zrozumieć dane zagadnienie, a jednocześnie wpłynąć na nasz tok myślenia i pomóc obalić ugruntowane stereotypy.

Bibliografia

- Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej – oficjalny portal, <http://www.efrwp.pl>.
- Haig M., *ePR: The Essential Guide to Public Relations on the Internet*, London 2001.
- Hope E., *Public Relations – czy to się sprawdzi?*, Gdańsk 2004.
- Levine M., *Partyzanckie public relations w Internecie. Prowadzenie skutecznej kampanii medialnej w Internecie, poza Internetem i wszędzie gdzie się da*, Warszawa 2003.
- Łebkowski M., *E-wizerunek. Internet jako narzędzie kreowania image'u w biznesie*, Gliwice 2010.
- McLeod A., *Marketing internetowy w praktyce*, Gliwice 2005,
- Szyfter J., *Public Relations w Internecie*, Gliwice 2005.
- Umpiowicz S., *Internetowe narzędzia public relations*, [w:] *Public relations w kształtowaniu pozycji konkurencyjnej organizacji*, red. S. Ślusarczyk, J. Świda, D. Tworzydło, Rzeszów 2001.

Słowa kluczowe: Internet, wizerunek, wieś, rolnik, stereotyp, telewizja

Streszczenie

Niezliczona liczba informacji docierająca do nas z zewnątrz powoduje, że aby nie zgubić się w informacyjnym gąszczu podejmujemy próbę oceny. Najczęściej przy ocenie pomijamy niektóre (wydawać by się mogło) istotne informacje bądź – z drugiej strony – przypisujemy większą rangę innym, co w konsekwencji tworzy nam prosty ogląd otaczającej nas rzeczywistości. Taki ogląd przyczynia się do rozwoju strategii, którą nazywamy kategoryzacją. Kategoryzowanie rzeczywistości społecznej (poprzez częste powtarzanie i utrwalanie oraz brak głębszej analizy) w dużym stopniu wpływa na powstawanie stereotypowych skojarzeń. W tej sytuacji pomocne mogą być media, które przychodzą z pomocą i utrwalają – albo zmieniają ugruntowany obraz (stereotyp).