

Sławomir Zawisza

Zakład Doradztwa Rolniczego ATR w Bydgoszczy

Potrzeby informacyjne i doradcze rolników w okresie przekształceń gospodarczych oraz społecznych w Polsce

Wstęp

Zdefiniowanie pojęcia potrzeb doradczych stwarza pewne problemy, bowiem doradztwo rolnicze nie dopracowało się do tej pory syntetycznego ujęcia i definicji z tego zakresu. Brak szczegółowego opracowania teoretycznego potrzeb stanowi pewien mankament w badaniach nad tego typu zjawiskami, zmusza bowiem do posługiwania się pojęciem potrzeb jako synonimem takich zwrotów, jak oczekiwania czy zamierzenia oraz poszukiwania oparcia teoretycznego w innych dyscyplinach wiedzy. Kategoria potrzeb jest zatem najczęściej traktowana jako pojęcie służące do prezentowania wprost i konkretnie formułowanych przez respondentów dążeń do zaspokojenia określonych braków czy niedociągnięć [3, 8, 9, 14, 20, 24, 25]. Dostyc rzadko spotyka się bardziej syntetyczne ujęcia tego zagadnienia, które byłyby próbą analizy pojęcia potrzeb w ogóle [26] lub w świetle analizowanego problemu [6, 7]. Bardziej rozbudowanych analiz potrzeb jako kategorii pojęciowej dopracowały się inne dyscypliny nauki. Stosunkowo najwięcej prac z tego zakresu poświęcono badaniom psychologicznym [5, 11, 12, 15, 17, 21, 22, 27, 28], socjologicznym [2, 29, 30,] oraz ekonomicznym [4, 10, 13, 16, 19]. Potrzeby doradcze występują w prezentowanym artykule jako kategoria badawcza zaadaptowana z innych dyscyplin wiedzy do rozstrzygnięcia zagadnień związanych z oceną dążeń, zachowań i oczekiwań rolników, z ich aktualnymi lub przewidywanymi w przyszłości postawami wobec zdobywania informacji oraz doradztwa. Na podstawie formułowanych przez rolników braków i niedociągnięć oraz preferowanych kierunków zachowań wobec zdobywania informacji obecnie i w przyszłości można prognozować działania doradcze, dostosowując je do zgłaszanych przez badanych zamierzeń i oczekiwań.

Proces powstawania i formułowania potrzeb jest reakcją na zmiany w gospodarce, ekonomice, technice i technologii rolniczej oraz sferze nauk rolniczych wytwarzających coraz to nowe rozwiązania innowacyjne. Potrzeby tego typu obejmują zatem wszystkie te składniki, których zaspokojenie wpływa w sposób znaczący na jakość

życia rodziny wiejskiej oraz funkcjonowanie gospodarstwa rolniczego jako źródła utrzymania rodziny. Dążenie do zastosowania nowoczesnych metod gospodarowania musi powodować powstawanie potrzeby zdobycia informacji o możliwości i zakresie niezbędnych zmian. Tego typu potrzeby mogą być zaspokojone dzięki kontaktom wewnątrz systemu społecznego wsi poprzez relacje sąsiedzkie i wymianę własnych doświadczeń oraz poszukiwanie informacji ze źródeł pozalokalnych, poprzez czytanie literatury, słuchanie i oglądanie audycji rolniczych w radiu i TV, czy wreszcie szukanie sposobności do rozmowy z doradcą rolniczym.

Wydaje się, że poziom potrzeb doradczych w tym zakresie może być ważnym wskaźnikiem rozwoju gospodarstwa, jego potencjału gospodarczego i możliwości funkcjonowania w przyszłości. Stanowi także, jak należy sądzić, dobrą podstawę do oceny kierującego gospodarstwem rolnika. Wysoki poziom i szeroki zakres potrzeb doradczych, w obecnej sytuacji przemian rolnictwa w kraju, wydaje się zapowiadać, że ci rolnicy, którzy już teraz w trakcie realizacji reform rynkowych dostrzegają konieczność modyfikacji i unowocześniania swych warsztatów produkcyjnych, najlepiej potrafią dostosować się do nowych warunków gospodarowania. Mają też największe szanse przeprowadzić swe gospodarstwa przez trudny okres zawirowań i niepewności związany z adaptowaniem nowych podstaw systemowych gospodarowania.

Charakterystyka badanych obiektów oraz metody badań

W celu opisanie źródeł informacji, jakimi posługują się rolnicy, zaprojektowano stosowne badania. Podstawą do oceny potrzeb w zakresie uzyskiwania informacji niezbędnych do racjonalnego prowadzenia gospodarstwa rolniczego stanowił przygotowany i zweryfikowany we wstępnych badaniach kwestionariusz ankiety. Zawierał on pytania dotyczące oczekiwanych i preferowanych źródeł uzyskiwania informacji, oceny tych źródeł oraz sposobów kontaktowania się z doradcami rolniczymi. Podstawę do analizy stanowiły deklaracje pytanych osób składane w postaci odpowiedzi na postawione pytania, a nie rzeczywiste zachowania i postępowanie. Badania wykonano wśród 617 respondentów anonimowo odpowiadających na zadane pytania, głównie w centralnych i północnych województwach kraju*.

Wśród respondentów najwięcej było osób w wieku od 41 do 50 lat (31,8%) oraz od 31 do 40 lat (26,6%) i od 51 do 65 lat (22,5%). Młodych rolników do 30 roku życia było 17,5%. Osobami odpowiadającymi byli głównie mężczyźni, bowiem aż 92,0% ankiet było przez nich wypełnianych. Respondenci posiadali najczęściej gospodar-

* Badania wykonano w latach 1993–1995 w ramach tematu "Potrzeby doradcze producentów rolnych w warunkach reformy gospodarczej", finansowanego przez Komitet Badań Naukowych (projekt badawczy nr 1176/S3/93/04/10).

stwa o powierzchni powyżej 20 ha (31,8%), od 10 do 15 ha (27,2%), od 5 do 10 ha (18,5%) oraz od 15 do 20 ha (16,7%). Wykształcenie rolnicze badanych osób to najczęściej kurs rolniczy (24,0%), szkoła zawodowa (20,7%) oraz technikum rolnicze (17,9%) i akademia rolnicza (6,8%). Wśród osób o wykształceniu nierolniczym występowały respondenci posiadający ukończoną szkołę zawodową (12,6%), podstawową (8,4%), średnią (7,3%), a także wyższą (1,5%).

Zdobywanie informacji o nowościach

Z badań wynika, że najczęściej wykorzystywanym źródłem informacji o nowościach są w opinii rolników: czasopisma rolnicze (29,4%), audycje telewizyjne (23,3%), porady doradcy (14,3%), książki (11,2%) oraz audycje radiowe (9,8%) i porady sąsiedzkie (8,7%). Względna przewaga zewnętrznych źródeł informacji nad wewnątrzwijskimi, w postaci kontaktów sąsiedzkich, dowodzi sporego dążenia do uzyskania wiedzy nowej, nie znanej jeszcze w danym środowisku. Jedną z przyczyn tego stanu może być brak wielu przykładów odpowiednich do naśladowania przez innych mieszkających w pobliżu rolników. Trudności początkowego okresu przemian ustrojowych w gospodarce spowodowały kłopoty w większości gospodarstw rolnych. Przy dużym rozdrobnieniu obszarowym gospodarstw, tylko niewiele jest takich, które osiągają godne naśladowania rezultaty. Trudno spodziewać się, by rolnicy posługiwali się radami swych sąsiadów, jeśli oni także mają podobne problemy i kłopoty. Przykład bierze się bowiem raczej z kogoś, kto dysponuje rozwiązaniami skutecznymi i sprawdzonymi we własnym gospodarstwie, a nie z kogoś, kto ma też podobne problemy. Uzyskana w badaniach hierarchia źródeł informacji wynika zapewne także z tego, że w badaniach wzięło udział wielu rolników lepiej niż przeciętnie wykształconych oraz posiadających większe i lepiej wyposażone gospodarstwa.

W przeprowadzonych badaniach zanotowano wysoki poziom potrzeb dotyczących zakupu i korzystania z czasopism i książek rolniczych, bowiem aż 36,3% respondentów deklaruje, że zaopatruje się w nie systematycznie, a 44,9% często. Wyniki te są nieco zaskakujące, bowiem niemal każde badania dotyczące czytelnictwa wskazują, że mieszkańcy wsi znacznie ustępują w tym względzie osobom mieszkającym w miastach [1, 18, 23]. Niewykluczone, że potrzeby tego rodzaju rozmijają się z rzeczywistą sytuacją, czego powodem może być generalnie niższe wykształcenie mieszkańców wsi, nie uregulowany czas pracy w gospodarstwie rolnym, przyczyniający się do tego, że nie zawsze są wolne chwile, które systematycznie można spożytkować na czytanie. Wciąż jeszcze ciężka, bo w dużej części fizyczna, praca z użyciem tylko najprostszyc narzędzi powoduje zmęczenie, nie zawsze sprzyjając wypoczynkowi z książką czy czasopismem, co także nie pomaga w wykorzystaniu tego typu źródła informacji w oczekiwanym przez samych badanych rolników zakresie. Wysoki zarejestrowany podczas sondażu odsetek osób korzystających z czaso-

pism i książek, jako źródła informacji o nowościach, został prawdopodobnie spowodowany charakterem badań oraz strukturą sondowanej populacji. Znaczny odsetek lepiej wykształconych respondentów może być poważną przyczyną stosunkowo wysokich deklaracji w zakresie czytelnictwa książek i czasopism. Drugim powodem otrzymanych wyników może być to, że nie oceniano faktycznej liczby czytanych książek i czasopism, a tylko deklaracje i dążenia w tym zakresie. Nie jest wykluczone, iż część respondentów – pragnąc poprawić wizerunek własnej osoby wobec badających go osób – udzieliła odpowiedzi nieco na wyrost.

Posługiwanie się pisаныmi informacjami ma jednak swoje niezaprzeczalne zalety, bowiem zawiera informacje podane w sposób trwały, zawsze można do nich powrócić powtórnie, jednak wymaga większego wysiłku i zaangażowania w celu dotarcia do nich. Posługiwanie się TV czy radiem jest w tym przypadku znacznie łatwiejsze, bowiem jedyny wysiłek polega na włączeniu odbiornika o odpowiedniej porze. Wiedza zawarta w audycjach nadawanych za pośrednictwem radia i TV jest jednak bardziej ulotna, ponieważ chwilowe tylko odwrócenie uwagi może doprowadzić do zniekształcenia treści czy też intencji przekazu przygotowanego przez autora programu.

Charakterystyczne jest także to, że radio jako medium służące do przekazywania informacji rolniczych nie znalazło uznania wśród badanej populacji respondentów, podczas kiedy TV uzyskała wysoką pozycję wśród źródeł informacji o nowościach. Dysponowanie obrazem daje TV wyraźną przewagę nad innymi sposobami podawania informacji, zwłaszcza że chodzi o omawianie spraw mało znanych albo w ogóle nie znanych odbiorcom. Jeśli docierają do ludzi informacje o innowacji to wydaje się, iż naturalną reakcją jest chęć obejrzenia, zwłaszcza że w rolnictwie najczęściej mamy do czynienia z innowacjami materialnymi, które mają jakąś postać, charakteryzują się czymś, co można i koniecznie trzeba zobaczyć, by móc wyrobić sobie opinię o przydatności w konkretnym gospodarstwie.

Dosyć powszechną formą zdobywania informacji i zarazem kwalifikacji do pracy w gospodarstwie rolniczym były w poprzednich latach różnego rodzaju szkolenia i kursy organizowane dla zainteresowanych rolników. Udział w tego typu sposobie zdobywania informacji jest jeszcze bardziej uciążliwy, niż poprzednio omówione samodzielne czytanie, oglądanie czy słuchanie. Wymaga on bowiem opuszczenia często własnego domu, a czasami nawet miejscowości, do czego potrzeba jeszcze większego zaangażowania i motywacji. Potrzebę i gotowość doksztalcania na szkoleniach i kursach rolniczych odczuwa wciąż jeszcze sporo, bo 53,6% respondentów. Udział w takich formach zdobywania wiedzy i umiejętności jest jednak znacznie bardziej mobilizujący dla uczestników, którzy są poprzez samą obecność w gronie kilku czy kilkunastu innych osób bardziej motywowani do aktywnego udziału, zwłaszcza że decyzja o podjęciu tego wysiłku jest całkowicie dobrowolna. Zorganizowane formy zdobywania wiedzy są bardzo korzystne także ze względu na możliwość kontaktu pomiędzy samymi uczestnikami, wymianę poglądów i doświadczeń oraz ułatwiają uczenie się tym osobom, które trudno mobilizują się do samodzielnej pracy

umysłowej w domu. Zorganizowane formy kształcenia dają poza tym zazwyczaj formalne zaświadczenia o ich ukończeniu, co może dodatkowo uatrakcyjnić tego typu formę zdobywania wiedzy i mobilizować do podjęcia takiego wysiłku.

Bezpośrednich kontaktów z doradcą rolniczym oczekuje 70,7% badanych, przy czym rolnicy w przeważającej części pragną rozmów indywidualnych (61,8%) lub rzadziej spotkań w grupie kilku zainteresowanych osób (25,8%). Spotkanie i rozmowa z doradcą jest więc, zdaniem wielu respondentów, potrzebna i pożądana. Wysokie potrzeby kontaktu z doradcą w powiązaniu z niezbyt dużym wykorzystaniem doradcy jako źródła wiedzy o nowościach dowodzą trudności z uzyskaniem kontaktu z doradcą lub niedostatecznym przygotowaniem kadry doradczej do spełnienia oczekiwań klientów. Ze względu na znaczne redukcje kadry doradczej przy okazji przekształcania wojewódzkich ośrodków postępu rolniczego w ośrodki doradztwa rolniczego na początku lat dziewięćdziesiątych, których dokonano wraz z rozwojem reform rynkowych w kraju, kontakty z doradcą z pewnością nie są łatwe dla większości rolników. Możliwości finansowe i kadrowe pozwalają wszakże zapewnić jedynie dostęp do doradcy tym rolnikom, którzy tego rzeczywiście pragną, stąd mniej liczna kadra doradcza jest osiągalna dla tych, których motywacja jest tak silna, iż znajdą sposób na kontakty osobiste z doradcą. Znajomość mechanizmów dyfuzji innowacji rolniczych wskazuje jednak, że do sprawnego przepływu informacji o nowościach ważne są, przynajmniej w takim samym stopniu jak dostęp do kompetentnego i godnego zaufania doradcy, dobrze funkcjonujące kanały przepływu informacji wewnątrz społeczności wiejskiej. Zadaniem doradcy jest wtedy tylko dostarczanie do tego swoistego wewnętrznego systemu komunikacyjnego niezbędnych informacji, które później będą krążyły na zasadzie relacji i wzajemnych porad sąsiedzkich.

Oczekiwane kierunki i treści porad

Jednym z ważniejszych problemów w zakresie potrzeb doradczych są kierunki i obszary treści oczekiwanych porad. Należy się spodziewać, że potrzeby w tej kwestii będą skorelowane z prowadzoną obecnie i planowaną w przyszłości działalnością gospodarczą. Badani rolnicy deklarują, że najbardziej potrzebują porad doradcy dotyczących zmian w procesach technologicznych, zarówno w produkcji zwierzęcej, jak i roślinnej (29,2%), następnie dotyczących korzystnego zakupu środków produkcji, a szczególnie maszyn, nawozów, środków ochrony roślin i materiału siewnego (25,9%). Z równie dużym zainteresowaniem rolnicy oczekują porad dotyczących zastosowania zakupionych środków produkcji (23,4%). Porad doradcy w zakresie organizacji pracy i zastosowania rachunku ekonomicznego pragnie 13,0% respondentów, natomiast tylko 6,5 % badanych oczekuje porad w sprawach mechanizacji prac i budownictwa.

Wyniki przeprowadzonych badań w niektórych kwestiach są raczej zgodne z oczekiwaniami. Występuje zgodność potrzeb treści porad z prowadzoną działalnością produkcyjną, małe jest zainteresowanie poradami związanymi z kosztownymi inwestycjami, na które obecnie rolnicy nie mają odpowiedniej ilości zasobów finansowych. Dziwi natomiast małe deklarowane zainteresowanie poradami dotyczącymi rachunku ekonomicznego, co w warunkach zmieniającego się rynku rolnego, w okresie dosyć szybkich przemian i reform gospodarczych, powinno być stałym problemem godnym zainteresowania przez wszystkich, którzy zamierzają wykorzystać szanse, jakie daje wolny rynek i możliwość podejmowania suwerennych decyzji gospodarczych. Wyraźnie jednak potrzeby w tym zakresie sugerują nastawienie rolników na koncepcję przetrwania bez dokonywania większych zmian w funkcjonowaniu i kierunkach produkcji gospodarstwa, skupiając się głównie na modyfikowaniu technologii produkcji w ramach prowadzonej działalności. Koncepcja przetrwania zamiast rozwoju w nurcie gospodarki rynkowej nie zapowiada szybkich przemian w sferze wsi i rolnictwa. Stagnacja może doprowadzić do zamrożenia niekorzystnej struktury agrarnej, pozostania sektora rolniczego na granicy opłacalności produkcji większości płodów rolnych oraz sięgania w coraz większym stopniu po pieniądze z budżetu państwa celem nieustannego wspierania tej sfery gospodarki kraju, co obciążałoby przecież wszystkich podatników. Tak więc wiele gospodarstw rolnych, głównie małych i średnich, może stać się ciężarem dla społeczeństwa – zamiast wspierać je płaconymi przez siebie podatkami dzięki uzyskiwaniu dochodu z prowadzonej sensownie i racjonalnie działalności gospodarczej.

Kontakty z doradcami rolniczymi

Wskazane wcześniej problemy z kontaktem pomiędzy doradcami a rolnikami powodują, że badani spotykają się z doradcami dosyć sporadycznie, bowiem 31,3% zależnie od potrzeb, 20,6% raz w kwartale, 15,9% raz na pół roku, a 19,0% całej populacji tylko raz w roku. Najczęściej są to spotkania, których inicjatorami są sami rolnicy (37,1%) lub przypadkowe (28,2%), chociaż 25,8% kontaktów ma miejsce z inicjatywy doradców. Pomimo to sami rolnicy oceniają, że taka liczba kontaktów jest raczej wystarczająca (28,7%) bądź zdecydowanie wystarczająca (22,4%). Wśród niezadowolonych rolników z liczby kontaktów z doradcami jest jednak aż 30,3% badanych, mniej lub bardziej zdecydowanie wyrażających swą dezaprobatę w tej kwestii. Prawie jedna trzecia osób, które mają kontakty z doradcami, wyraża niezadowolony z tych kontaktów, co z pewnością musi niepokoić, bowiem na pewno nie sprzyja to uzyskaniu zaufania przez doradców w obsługiwanych przez siebie rejonach. Opinie niezadowolonych rolników szybko są rozpowszechniane w środowisku dzięki wzajemnym, sąsiedzkim kontaktom i musi mieć to wpływ na ocenę doradców przez innych rolników, czasami nie mających innych podstaw do oceny doradcy z powodu braku bliższych kontaktów.

Jednym z problemów osobistych spotkań pomiędzy doradcami i klientami jest dobór stosownego czasu i terminu rozmów i konsultacji. Rytm i cykl pracy w rolnictwie w pewien sposób determinuje konieczność dostosowania się do pory roku czy dnia, kiedy wizyta będzie najbardziej odpowiednia. Pomimo sezonowości prac rolniczych badani chętnie oczekują kontaktów z doradcą przez cały rok (56,2%). Część respondentów (23,5%) zgłaszała potrzeby zwiększonego kontaktu głównie zimą, gdy nie ma czasochłonnych prac polowych, a obsługa zwierząt inwentarskich pozwala wykorzystać wolne chwile na rozmowy i spotkania. Niektórzy z pytanym rolników (12,3%) oczekują konsultacji i spotkań z doradcami przede wszystkim wiosną, właśnie wtedy, gdy rozpoczyna się okres wegetacji po zimowym spoczynku roślin, można bowiem wówczas ocenić stan upraw po zimie, podjąć jeszcze ostatnie decyzje produkcyjne i zaplanować niezbędne zabiegi i zmiany w istniejących uprawach. Zdaniem respondentów wiosna jest znacznie lepszym okresem do spotkań i porad niż okres późnoletnich i jesiennych zbiorów płodów rolnych.

Cykl i rytm życia rodziny wiejskiej posiadającej gospodarstwo rolne wyznaczony jest, z jednej strony, przez wykonywane prace, z drugiej zaś określony jest stałymi porami wspólnych posiłków, które stanowią doskonały czas do kontaktów nie tylko w ramach rodziny. Centralnym momentem w dziennym rozkładzie czynności jest pora południowa, kiedy obiad po wczesnie rozpoczętym dniu pracy jest przerwą przed czekającymi następnymi obowiązkami. Jest to także najlepsza pora dnia do spotkań z doradcą, ponieważ w opinii 36,0% badanych rolników godziny około południa sprzyjają tego typu spotkaniom. Ta pora dnia obejmuje także godziny pracy doradcy, więc jedyna niedogodność polega na tym, że czas ten wystarcza do spotkania z nielicznymi tylko rolnikami. Badani rolnicy (27,9%) oceniają także, iż dobrą porą do spotkań są godziny po południu. Poranne spotkania akceptuje tylko 13,0 % badanych rolników. Godziny pracy doradcy są jednak określone i niezupełnie pokrywają się z oczekiwaniami przynajmniej części ich klientów. Trudno też oczekiwać od doradców poświęcania bezinteresownie swego wolnego czasu na pracę i spotkania z rolnikami, zwłaszcza że budżetowe etaty nie są bardzo dobrze opłacane, w każdym razie nie aż tak, by pracownicy sami rezygnowali z wypoczynku po skończonym ośmiogodzinnym dniu pracy. Biorąc jednakże pod uwagę życzenia rolników, należałoby rozważyć możliwość wprowadzenia ruchomego czasu pracy dla doradców, zwłaszcza w okresach bardziej nasilonych prac w gospodarstwie.

Praca doradcy polega na umiejętnym dostosowaniu wykorzystywanych metod pracy do rodzaju przekazywanych informacji oraz oczekiwań i preferencji w tym względzie najbardziej zainteresowanych, czyli biorących udział w spotkaniach rolników. Poznanie potrzeb i oczekiwań rolników w tej kwestii może być więc ważną wskazówką pozwalającą usprawnić i uatrakcyjnić pracę doradców. Uzyskiwane efekty dzięki temu mogą znacznie się zwiększyć z korzyścią nie tylko dla samych rolników. Wśród najchętniej wykorzystywanych metod pracy doradczej, w opinii pytanym rolników, znalazły się wystawy rolnicze (40,8%), pokazy (26,7%) oraz

zwiedzanie gospodarstw (20,1%). W opinii niektórych respondentów doradca powinien także oprócz porady służyć w bardziej praktyczny sposób swym klientom, np. pomóc w zakupie środków do produkcji (20,5%), pomóc w sprzedaży płodów rolnych (16,8%), w opracowaniu biznes planu dla gospodarstwa (17,4%) czy w uzyskaniu kredytu (11,5%). Tylko 17,2% respondentów oczekuje od doradcy rolniczego wyłącznie samej porady ustnej.

Najbardziej pożądanym typem doradcy, w opinii 55,6% rolników biorących udział w sondażu, jest doradca ogólnorolniczy, do którego można zgłosić się z każdym problemem. Doradcę specjalistę, który jest w stanie rozwiązać nawet najtrudniejszy problem ze swej dziedziny, potrzebuje 40,5% pytanym rolników. Jak się wydaje, oczekiwania te są związane z niskim jeszcze poziomem specjalizacji gospodarstw rolniczych w kraju. Zgodnie z tymi wynikami za najbardziej cenionych doradców spośród tych, z którymi rolnicy mają sposobność współpracować, uważają pracowników ośrodków doradztwa rolniczego (61,4%). Doradców zatrudnionych w cukrowniach ceni najwyżej 11,7% respondentów, zaś 11,5% badanych najwyżej ocenia specjalistów ze związku producentów trzody chlewnej.

Ewentualne niedostatki kontaktów z doradcami rolniczymi oraz braki informacji pochodzących ze źródeł wykraczających ponad lokalne struktury społeczne niektórzy badani rekompensują, uzyskując potrzebną wiedzę dzięki relacjom sąsiedzkim. Do tego typu pomocy przyznaje się zdecydowanie 43,1% badanych, a 38,7% respondentów raczej korzysta z doświadczeń i wiedzy swoich sąsiadów. Tylko 14,9% rolników nie korzysta lub raczej nie korzysta z tego źródła informacji. Duża liczba badanych przyznaje także, że wielu rolników korzysta z ich porad i doświadczeń (31,3%). Mniej zdecydowane, aczkolwiek pozytywne, stanowisko w tej kwestii wyraziło 30,3% pytanym rolników. Znaczna liczba badanych (37,0%) nie miała pewności i nie potrafiła odpowiedzieć, czy inni rolnicy korzystają z ich doświadczeń. Kontakty sąsiedzkie są, zdaniem badanych rolników, dobrym sposobem rozwiązywania codziennych kłopotów, najwidoczniej jednak nie traktują oni sąsiadów jako źródła informacji o nowościach, na co wskazują dane przedstawione we wcześniejszej części artykułu. Innowacje i porady uzyskiwane od sąsiadów, w opinii pytanym rolników, nie kojarzą się z innowacjami, lecz bardziej z rozwiązaniami już sprawdzonymi, właśnie przez sąsiadów.

Podsumowanie

Badania wykazały względną przewagę zewnętrznych źródeł informacji o nowościach nad kanałami wewnętrznymi systemów społecznych wsi. Wydaje się naturalne, że informacje o innowacjach trafiają do rolników głównie poprzez system informacyjny obejmującej czasopisma, telewizję lub doradcę. Innowacje bowiem powstają poza socjosystemem wiejskim, więc poznanie owych nowości nie jest możliwe bez zewnętrznych kanałów przekazu informacji. Szczególne miejsce wśród mediów

służących rolnikom do poznawania innowacji zajmują czasopisma i TV, bowiem ich przekaz jest najbardziej odpowiadający odbiorcom. Obydwa kanały informacyjne dysponują wiedzą nową, pozwalającą na zilustrowanie omawianych zagadnień za pomocą obrazu w postaci zdjęć filmowych lub ilustracji, schematów czy fotografii. W badaniach wzięło udział wielu rolników posiadających gospodarstwa o powierzchni przekraczającej istotnie średnią krajową oraz o wykształceniu często na poziomie wyższym niż podstawowe, więc dla tego typu osób wewnętrzne kanały informacyjne nie mogły być ważniejsze od pozalokalnych w zdobywaniu informacji o innowacjach. Relacje sąsiedzkie, pomimo że deklarowane jako częste i pomocne, nie są przez tych rolników traktowane jako sposób zdobywania informacji o innowacjach. To rolnicy biorący udział w sondażu są właśnie obiektami obserwacji oraz wzorami do naśladowania dla pozostałej społeczności sąsiedzkiej.

Korzystanie z książek i czasopism zyskało wyjątkowo duże uznanie, tak duże, iż wydaje się nieprawdopodobne. Biorąc pod uwagę charakter badań, w czasie których badano deklarowane preferencje w tym względzie, a nie faktyczne wykorzystanie tego typu źródeł zdobywania informacji, najprawdopodobniej wystąpił efekt znany z wielu badań sondażowych. Polega on na tym, że respondenci mają skłonność do udzielania odpowiedzi sytuujących ich w korzystnym świetle wobec pytających. Nawet jeśli się nie czyta zbyt wiele, to lepiej jest odpowiedzieć twierdząco, bowiem to sprawia, że respondent podnosi wartość własnej osoby zarówno w swoich oczach, jak i w opinii badającego go ankietera lub instytucji prowadzącej sondaż. Zawsze lepiej jest pokazać się z nieco lepszej strony, niż rzeczywiście przyznać się do czegoś, czym nie należy się chwalić publicznie, nawet jeśli odpowiedź jest anonimowa. Badania miały jednak na celu zbadanie potrzeb w tym zakresie, dążenia zaś i chęci wcale nie muszą być zgodne ze stanem rzeczywistego czytelnictwa wśród wiejskiej społeczności rolniczej. Stosunkowo wysokie potrzeby w tym zakresie mogą być także spowodowane znacznym udziałem respondentów posiadających wykształcenie przewyższające przeciętny poziom w środowisku wiejskim.

Zanotowano stosunkowo wysoki poziom potrzeb w zakresie korzystania z różnego typu kursów i szkoleń. Fakt ten jest bardzo optymistyczny, bowiem taka forma zdobywania wiedzy doskonale przygotowuje do późniejszego samodzielnego i bardziej skutecznego poszukiwania informacji o nowościach. Niezbyt wysoki ogólny poziom wykształcenia rolników nie sprzyja bardziej szerokiemu zainteresowaniu w zdobywaniu szczegółowych informacji rolniczych. W takiej sytuacji podnoszenie kwalifikacji poprzez bardziej powszechne i dobrze zorganizowane formy upowszechniania wiedzy może być dobrym wstępem do podnoszenia ogólnego poziomu wiedzy i wykształcenia ludności rolniczej na wsi. Wydaje się bardzo cenne, że sami rolnicy pozytywnie są ustosunkowani do ewentualnego udziału w powszechnych szkoleniach czy kursach.

Rolnicy zadeklarowali bardzo duże potrzeby kontaktu z doradcą rolniczym, w dodatku najchętniej widzieliby go przez cały rok w swoim gospodarstwie w rozmo-

wach indywidualnych, dotyczących wyłącznie spraw i problemów jednego gospodarstwa. Najlepiej, gdyby doradca odwiedzał rolników w porze okołopołudniowej. Z przyczyn obiektywnych (rozległy obszar działania obejmujący kilkaset gospodarstw w rejonie pracy jednego doradcy) spełnienie tych wymagań nie będzie możliwe, a nawet byłoby mało racjonalne. Wiadomo przecież, że informacje o innowacjach trafiają do wielu rolników za pośrednictwem lokalnej sieci wewnętrznej struktury informacyjnej we wsi, na zasadzie pomocy i porad sąsiedzkich. Nadmierna liczba doradców w skali kraju byłaby więc zbyt dużym obciążeniem dla budżetu i podatników utrzymujących przecież pracowników doradztwa rolniczego. Pozostaje tylko kwestią otwartą, czy w okresie przemian ustrojowych, jakie przechodzi właśnie gospodarka i rolnictwo, nie byłoby bardziej korzystne utrzymywanie nieco podwyższonego stanu zatrudnienia w doradztwie rolniczym. Mogłoby to być mniej społecznie kosztowne, niż przekazywanie coraz większych kwot z budżetu dla wsparcia socjalnego borykających się z trudnościami rodzin rolniczych w wielu wypadkach pozbawionych pomocy ze strony profesjonalnej kadry doradczej. Owa pomoc mogłaby pozwolić uniknąć niektórych przynajmniej kłopotów, z jakimi rolnicy się spotykają, nie mając zbyt dużej możliwości skorzystania z pomocy doradczej. Wobec niezbyt licznej kadry pracowników doradztwa rolniczego pozytywne rezultaty może przynieść modyfikacja form pracy poradniczej. Redukcja doradztwa indywidualnego na rzecz spotkań grupowych może przyczynić się do znacznego zwiększenia kontaktów pomiędzy doradcą i rolnikami, dzięki czemu pomoc profesjonalna będzie bardziej odczuwalna przez samych zainteresowanych rolników.

Niepokojąca jest niska pozycja potrzeb w zakresie spraw ekonomicznych, prowadzenia rachunkowości rolnej oraz organizacji gospodarstwa, jaką zarejestrowano w przeprowadzonych badaniach. Niewielkie oczekiwania w tym względzie ze strony pytanych rolników wynikają, jak się wydaje, z braku konieczności rejestrowania działalności gospodarczej przez rolników w obecnym systemie podatkowym. Zrezygnowanie z pobierania podatku dochodowego od działalności rolniczej powoduje, że rolnicy nie mają motywacji do rejestrowania kosztów swej działalności, zatem proponowanie takich operacji w poradach nie wydaje się im atrakcyjne i przydatne, a jedynie niepotrzebnie zabiera czas i wymaga wkładania dodatkowego wysiłku. Sytuacja taka nie motywuje do racjonalizowania działalności gospodarczej oraz pozbawia ośrodki administracji ważnego narzędzia sterowania rozwojem gospodarki rolnej. Wbrew pozorom rezygnacja z opodatkowania sfery rolnictwa nie jest korzystna dla samych rolników. Preferencje i ulgi możliwe do uzyskania dzięki odpisom obecnym w każdym systemie podatkowym mogą skutecznie stymulować i ukierunkowywać w pożądaną stronę rozwój rolnictwa i gospodarstw rolnych. Możliwość uzyskania ulgi w podatku, a więc motywacja do niezapłacenia należności w sposób zgodny z prawem, jest silnym bodźcem do działania w tym właśnie kierunku. Inwestycje i zakupy, które można odpisać od należnego podatku, skłaniają do działania bardziej skutecznie, niż symboliczny podatek, który może być całkowicie pomijany w kosztach prowadzenia

gospodarstwa, przy jednoczesnym braku możliwości uzyskania odpisu z podatku. Podatki wraz z ulgami są korzystne dla bardziej dynamicznych i przedsiębiorczych rolników, można wręcz powiedzieć, że pozwalają wykreować w szybszym czasie grupę najlepszych rolników, na których spoczywać będzie główny ciężar towarowej produkcji rolniczej.

Literatura

- [1] Adamczuk L. 1986. Uczestnictwo w kulturze podstawowych warstw społecznych w Polsce w latach 1972–1979. *Kultura i Społeczeństwo* 3.
- [2] Bokszański Z. 1982. Kategoria motywu działania w socjologicznych analizach interakcji. *Studia Socjologiczne* 3–4.
- [3] Dębowski S. 1987. Potrzeby ludności rolniczej względem systemu upowszechniania postępu w rolnictwie. w: Doskonalenie organizacji i metod upowszechniania postępu w rolnictwie. COOOiPwR, Brwinów-Kraków-Poznań.
- [4] Domański R. 1980. Potrzeby jako podstawa planowania społeczno-gospodarczego. *Ekonomista* 4.
- [5] Gałkowski J.W. 1976. Struktura potrzeb ludzkich – praca i czas wolny. *Znak* 12.
- [6] Hamer H. 1995. Psychologiczne aspekty przedsiębiorczości. w: Doradztwo rolnicze a kształtowanie się przedsiębiorczości rolników. Materiały konferencji naukowej. SGGW, Warszawa.
- [7] Hofman K. 1988. Społeczne kryteria potrzeb żywnościowych. *Więś i Rolnictwo* 3.
- [8] Jachimowicz E. 1995. Potrzeby i motywy podejmowania pozarolniczej działalności gospodarczej. w: Doradztwo rolnicze a kształtowanie się przedsiębiorczości rolników. Materiały konferencji naukowej. SGGW, Warszawa.
- [9] Jarzyna A., Michałowski Cz. 1993. Wstępne wyniki badań nad oczekiwaniami doradczymi rodzin rolniczych na przykładzie wsi podmiejskiej Wilczepole. w: Regionalne modelowanie doradztwa i edukacji rolniczej. Materiały konferencji naukowej. WODR, Barzkowice.
- [10] Kocowski T. 1975. Systemowa koncepcja repertuaru potrzeb człowieka. *Prakseologia* 3–4.
- [11] Kocowski T. 1987. Geneza i funkcje procesów motywacyjnych człowieka. *Przeгляд Psychologiczny* 1.
- [12] Koziński J. 1984. Potrzeba hubrystyczna a działanie transgresyjne. *Przeгляд Psychologiczny* 2.
- [13] Łustacz E. 1987. Potrzeby – użyteczność – zadowolenie w teorii ekonomii. PWN, Warszawa.
- [14] Oszmiańska M. 1993. Potrzeby doradcze w zakresie wiejskiego gospodarstwa domowego w nowych warunkach gospodarki rynkowej. w: Regionalne modelowanie doradztwa i edukacji rolniczej. Materiały konferencji naukowej. WODR, Barzkowice.
- [15] Paryzek L., Liberska H. 1984. Wyznaczanie tendencji podstawowej ze struktury potrzeb. *Przeгляд Psychologiczny* 2.
- [16] Pohorille M. 1980. Kategoria potrzeb ekonomicznych. *Ekonomista* 5–6.
- [17] Reykowski J. 1970. Natura ludzka a potrzeby. *Etyka* 6.
- [18] Rocznik statystyczny kultury 1989. GUS, Warszawa.
- [19] Rogoziński K. 1979. Kategoria potrzeb w teorii ekonomii. *Ekonomista* 3.
- [20] Ryznar J. 1993. Potrzeby ochrony środowiska w rodzinnym gospodarstwie rolnym. w: Regionalne modelowanie doradztwa i edukacji rolniczej. Materiały konferencji naukowej. WODR, Barzkowice.
- [21] Siciński A. 1976. Pojęcie "potrzeby" i "wartości" w świetle koncepcji systemu (wstępna propozycja). *Studia Filozoficzne* 12.
- [22] Siek S. 1984. Rozwój potrzeb psychicznych mechanizmów obronnych i obrazu siebie. KAW, Warszawa.
- [23] Turowski J. 1995. Socjologia wsi i rolnictwa. Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin.

- [24] Utzig K. 1986. Przystosowanie jednostki do środowiska społecznego jako pojęcie wartościujące. *Studia Socjologiczne* 3.
- [25] Wawrzyniak B., Hein W. 1993. Zakres potrzeb doradczych producentów rolnych. *Zeszyty Naukowe ATR w Bydgoszczy* 181.
- [26] Wieruszewska M. 1988. Potrzeby jako kategoria badawcza. *Wieś i Rolnictwo* 2.
- [27] Wilunas W. 1980. Aktualne problemy psychologicznej teorii emocji. *Przegląd Psychologiczny* 4.
- [28] Zaborowski Z. 1968. Funkcja potrzeb w stosunkach interpersonalnych. *Psychologia Wychowawcza* 5.
- [29] Zagórski K. 1966. Masłowa teoria potrzeb. *Studia Socjologiczne* 1.
- [30] Zagórski K. 1966. Psychologiczne aspekty potrzeb ludzkich. *Studia Socjologiczne* 2.

Information and advisory needs of farmers in the period of transformation and social changes in Poland

Summary

The inquired farmers most of all appreciate outside sources of information such as: magazines, TV programmes and advisers. In spite of infrequent meetings with the adviser, farmers appreciate this kind of contact. They look forward to individual talks which take place all through the year. More than half the farmers want to have contacts with general agriculture advisers who offer not only verbal advice but also help in applying innovations or in the rational purchase of production means. Farmers appreciate technological advice to a greater extent than economical advice.