

## kronika

---

AGNIESZKA WERENOWSKA<sup>1</sup>

### **SPRAWOZDANIE Z KONFERENCJI „ROZWÓJ OBSZARÓW WIEJSKICH – WIZERUNEK MEDIALNY”**

Dnia 26 lutego 2009 roku miała miejsce wspólna konferencja Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego na temat „Rozwój obszarów wiejskich – wizerunek medialny”. Konferencji przewodniczył podsekretarz stanu Marian Zalewski i dr hab. Krystyna Krzyżanowska, prof. nadzw. SGGW. Spotkanie otworzyli: rektor SGGW, prof. dr hab. Alojzy Szymański oraz minister rolnictwa i rozwoju wsi Marek Sawicki.

Była to już druga konferencja z tego zakresu tematycznego, w której doszło do wymiany myśli i doświadczeń praktyków i naukowców z ośrodków akademickich z całej Polski. Spotkanie zainaugurowali rektor SGGW, prof. dr hab. Alojzy Szymański, witając wszystkich przybyłych gości i poruszając temat roli mediów i ich związku z rozwojem wsi polskiej, oraz minister Marek Sawicki, który podkreślił, że niezwykle ważne dla rozwoju obszarów wiejskich jest przekazywanie ich mieszkańcom prawdziwych, rzetelnych informacji.

Część referatową rozpoczął dr Marian Zalewski, który przypomniał ubiegłoroczną konferencję i podkreślił zalety płynące ze współdziałania mediów, nauki i instytucji rządowych. Dzięki nim istnieje możliwość przekazywania rzetelnych informacji i aktualnej wiedzy w zakresie szeroko pojętego rolnictwa. Wspomniał też, jak trudno jest dziennikarzom przekazać pozytywne informacje z dziedziny rolnictwa. Postawił również pytanie o kondycję czasopism o tematyce rolniczej.

Pierwszym referentem reprezentującym środowisko akademickie był dr hab. Stanisław Jędrzejewski z Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, który zajął się jednym z mediów – radiem. Zwrócił uwagę na nowe możliwości rozwoju radia w technologii cyfrowej, umożliwiające realizację innych funkcji. Według prelegenta, cyfryzacja transmisji radiowej przyniesie wiele korzyści i zapewni jesz-

---

<sup>1</sup> Autorka jest pracownikiem naukowym Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie (e-mail: agnieszka\_werenowska@sggw.pl).

cze większe możliwości odbioru. Cyfrowe radio przyniesie swobodę komponowania programu oraz wyboru miejsca i czasu odbioru, a także pozwoli na interaktywność.

Bardzo ważne i ciekawe zagadnienie roli promocji w kształtowaniu wizerunku gospodarstw agroturystycznych poruszyła dr hab. Krystyna Krzyżanowska, prof. nadzw. SGGW. Mówiła o agroturystyce jako formie pozarolniczej aktywności gospodarczej mieszkańców wsi, która zarówno w Polsce, jak i na całym świecie zdobywa coraz większe grono zwolenników. Aktualny stan agroturystyki w Polsce odbiega znacznie od poziomu jej rozwoju w innych krajach Europy Zachodniej, mimo iż w ostatnich latach obserwuje się znaczny wzrost liczby gospodarstw świadczących usługi w tym zakresie. W 1993 roku w Polsce było około tysiąca gospodarstw agroturystycznych, gdy tymczasem w 2007 roku ich liczba wzrosła do 8,8 tys., co stanowi tylko 0,044% ogólnej liczby gospodarstw rolniczych w Polsce (dla porównania w Wielkiej Brytanii – 10%, w Austrii – 8%).

Istotą marketingu terytorialnego oraz charakterystyką poszczególnych etapów strategii promocji, typów promocji gmin oraz ukazaniem roli mediów w kreowaniu wizerunku i tożsamości jednostek terytorialnych zajęła się dr inż. Ewa Jaska z SGGW. Przytoczone analizy czytelnictwa prasy codziennej oraz słuchalności radia stworzyły możliwość próby oceny skuteczności mediów we wspieraniu rozwoju przedsiębiorczości, kształtowaniu wizerunku gmin wiejskich, promowaniu walorów przyrodniczych i turystycznych oraz komunikowaniu regionów z otoczeniem. Media, według prelegentki, mogą stać się ważnym narzędziem poprawy konkurencyjności obszarów wiejskich.

Zagadnienia związane z wykorzystaniem niektórych narzędzi public relations w rozwoju obszarów wiejskich były podstawą wystąpienia dr inż. Agnieszki Werenowskiej z SGGW. Ciągły rozwój gospodarczy doprowadził do rozszerzenia się obszarów, na których public relations jest wykorzystywany. Przeobrażenia i pojawiające się wyzwania, jakie stoją przed polską wsią, będą potrzebowały i potrzebują doświadczeń z tego zakresu. Konstruowanie strategii public relations, ustalenie celów realizacji, wizji stały się niezbędne, szczególnie w realizacji programów dofinansowanych ze źródeł unijnych. Nie zawsze jednak, jak zauważyła prelegentka, pamięta się o badaniu ewaluacji podejmowanych działań.

Analizą oznaczeń jakościowych możliwych do uzyskania przez rolników w Polsce dla ich produktów na poziomie europejskim, krajowym lub lokalnym, pod kątem uzyskiwania dodatkowych dochodów i podnoszenia konkurencyjności na rynku, a także zwiększeniem aktywności gospodarczej, zajął się dr Mariusz Maciejczak z SGGW. Omówił lukę implementacyjną związaną z programami wprowadzającymi oznaczenia jakościowe w Polsce. Przedstawił również przykłady najlepszych praktyk z kraju i zagranicy wykorzystania oznaczeń jakościowych na obszarach wiejskich.

W drugiej części sesji plenarnej jako pierwszy wystąpił prof. dr hab. Stanisław Kowalczyk, główny inspektor IJHARS (Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych). Poruszył temat jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych – wyniki kontroli a publikacje prasowe. Omówił trzy grupy

odbiorców informacji przekazywanych przez IJHARS. Pierwszą ważną grupą, jaką wskazał, są media reprezentujące redakcje ogólnopolskie i regionalne, zarówno ogólnospołeczne, jak i branżowe, korzystające ze wszystkich rodzajów nośników przekazu. Tu podstawowymi narzędziami w przekazie informacji są komunikaty prasowe, komentarze oraz materiały ze strony [www.ijhars.gov.pl](http://www.ijhars.gov.pl). Drugą grupę odbiorców stanowią producenci żywności – zarówno indywidualni, jak i osoby prawne. Podmioty te korzystają głównie z informacji zamieszczanych na stronie internetowej oraz ze specjalnie opracowanych broszur i ulotek, które są upowszechniane w czasie targów, seminariów i innych spotkań. Trzecią grupą odbiorców są przedstawiciele urzędów i agencji rządowych, z którymi IJHARS współpracuje. Szybka wymiana informacji jest konieczna, by zagwarantować sprawne zarządzanie administracją zespoloną, której częścią jest IJHARS.

Z ramienia Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi wystąpiła dr Anita Szczykutowicz, która zaprezentowała założenia i cele programu „Poznaj dobrą żywność”. Program ten jest narzędziem ministerstwa do promowania żywności wysokiej jakości. To również część polityki Unii Europejskiej, służącej podniesieniu jakości i zwiększeniu różnorodności żywności na obszarze wspólnego rynku. Program skierowany jest do konsumentów i producentów żywności. W ciągu czterech lat jego istnienia minister rozwoju wsi i rolnictwa wyróżnił ponad 1000 polskich produktów żywnościowych z blisko 100 firm.

Problematyką ochrony roślin i rolą mediów zajęła się mgr Mirosława Konica z Głównego Inspektoratu Ochrony Roślin i Nasiennictwa. Poruszyła problem złożoności tematu i naukowo-specjalistyczny charakter informacji, który nie sprzyja ich upowszechnianiu. Dzisiaj, jak wskazała przedstawicielka GIORiN, w powodzi różnego rodzaju treści rywalizujących o pozyskanie zainteresowania, dotarcie do tzw. masowego odbiorcy z informacją specjalistyczną wydaje się być znacznie utrudnione. Wymaga bowiem wyjścia poza szpalty specjalistycznych periodyków czy ram programów, skierowanych do ograniczonej grupy profesjonalnych odbiorców, i zastosowania zrozumiałych, ale zarazem ciekawych treści przekazu. Dotychczasowe doświadczenia inspekcji wskazują na potrzebę wypracowania zasad i form współpracy z przedstawicielami wszystkich rodzajów mediów.

O działalności informacyjnej agend rządowych mówił również dr Dariusz Wojtasik, prezes Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, która corocznie obsługuje ponad 1,4 mln beneficjentów. Cechą charakterystyczną prowadzonej działalności informacyjno-promocyjnej są przyjęte rozwiązania systemowe, które uwzględniają wykorzystanie zróżnicowanych form dotarcia do mieszkańców wsi w proporcjach odpowiadającym potrzebom określonych grup beneficjentów. Ostatnia szeroka akcja promocyjna miała miejsce w 2007 roku w związku z koniecznością dostarczenia wiedzy o nowych instrumentach pomocy wprowadzanych w okresie programowania 2007–2013, w szczególności o programie Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007–2013. W najbliższych latach, jak zauważono, z uwagi na rosnącą liczbę rolników korzystających z Internetu, ARiMR planuje rozwijać w szczególności elektroniczne formy komunikacji

z beneficjentami i promować ten kanał pozyskiwania aktualnych informacji o działaniach Agencji.

O wsparciu działań promocyjnych, szczególnie produktów rolnych, przypominał w imieniu dr. Władysława Łukasika, prezesa Agencji Rynku Rolnego, Piotr Kondraszuk. Swoim zakresem działania ARR obejmują: planowanie, wdrożenie, nadzór oraz finansowanie działań promocyjnych dotyczących określonych produktów rolno-spożywczych. Przedmiotem promocji w programach ARR mogą być jedynie produkty wytwarzane w ramach jednego z systemów jakości żywności: wspólnotowego systemu produkcji ekologicznej, wspólnotowego systemu oznaczeń produktów regionalnych i tradycyjnych lub innych krajowych systemów uznanych przez ministra rolnictwa i rozwoju wsi.

Dyrektor Centralnej Biblioteki Rolniczej dr Ryszard Miazek podkreślił znaczenie biblioteki w upowszechnianiu wiedzy rolniczej. Wskazał na szczególne znaczenie biblioteki jako ważnego miejsca organizacji dostępu do zasobów wiedzy. Przypomniął o odpowiedzialności za popularyzację i upowszechnianie wiedzy, współtworzeniu wizerunku nauki jako fundamentu cywilizacyjnego rozwoju ludzkości. Działalność bibliotek staje się przeciwwagą dla informacji często występujących w mediach.

Jako ostatni w sesji plenarnej głos zabrał Główny Lekarz Weterynarii Janusz Związek. Poruszył on zagadnienia roli mediów w ochronie zdrowia zwierząt i zdrowia publicznego. W wystąpieniu zawarto informacje na temat struktury i zadań Inspekcji Weterynaryjnej w Polsce, prawodawstwa weterynaryjnego i sposobu sprawowania nadzoru nad ochroną zdrowia zwierząt. Współpraca z mediami odgrywa ważną rolę we właściwym działaniu Inspekcji. Istotne jest, jak podkreślono, aby media rzetelnie informowały o problemach związanych z weterynarią. W tym celu z obu stron muszą zostać podjęte określone działania.

Po sesji plenarnej odbyła się burzliwa dyskusja głównie z udziałem przedstawicieli obecnych na konferencji mediów. Głos zabrali między innymi: Wojciech Szkiela – emerytowany dziennikarz, Krzysztof Karman – kierownik Redakcji Rolnej TVP1, Jan Zwoliński – Stowarzyszenie Dziennikarzy im. W. Reymonta, były kierownik Redakcji Rolnej Programu I Polskiego Radia, Wojciech Nalazek – Telewizja Polska, oraz dr Grzegorz Nieć – Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej WSZ-E we Wrocławiu, Janusz Gmitruk – dyrektor Muzeum Polskiego Ruchu Ludowego, dr Maria Władyka-Przybylak – dyrektor Instytutu Włókien Naturalnych i Roślin Zielarskich w Poznaniu.

Większość wypowiedzi dziennikarzy dotyczyła kondycji programów o charakterze rolniczym i ich niewątpliwemu niedoborowi pod względem ilości w Telewizji Polskiej. Krzysztof Koman stwierdził, iż sukcesem jest to, że Redakcja Rolna w Telewizji Polskiej istnieje i że ma 10 cykli o zapewnionym miejscu emisji i zapewnionym budżecie. Mimo że w ramówkach stacji telewizyjnych coraz więcej czasu zajmują przekazy komercyjne i powtórki, a tzw. produkcja misyjna zajmuje tego miejsca coraz mniej, Redakcja Rolna ma swój stały stan posiadania i około milionową widownię.

Z wygłoszonych referatów i wypowiedzi wydana zostanie, według zapowiedzi Przewodniczącego Konferencji Mariana Zalewskiego, specjalna publikacja, która będzie dystrybuowana zarówno przez ministerstwo, jak i Szkołę Główną Gospodarstwa Wiejskiego. Będzie ona stanowić także przyczynek do kolejnych spotkań i dyskusji.