

Media w procesie kształtowania wspólnot lokalnych



**Urząd Marszałkowski
Województwa Świętokrzyskiego
Kielce 2010**

Media w procesie kształtowania wspólnot lokalnych

Wydawca:
Urząd Marszałkowski
Województwa Świętokrzyskiego w Kielcach
Al. IX Wieków Kielc 3
25-516 Kielce
www.sejmik.kielce.pl

Materiały z konferencji pt.
„Media w procesie kształtowania wspólnot lokalnych.
Strony internetowe – narzędzie promocji gmin i powiatów”,
która odbyła się 12 października 2010 r.
w Wojewódzkim Domu Kultury w Kielcach.

Redakcja: Iwona Sinkiewicz

ISBN 978-83-61192-52-7

Skład i druk: Digital Art Studio www.digitalartstudio.pl

Spis treści

Wstęp - Marszałek Województwa Świętokrzyskiego Adam Jarubas	7
Gminne witryny internetowe - niewykorzystane medium - Krzysztof Kowalik	9
Promocja gospodarstw agroturystycznych województwa świętokrzyskiego z wykorzystaniem Internetu - dr Cezary Jastrzębski	27
Świętokrzyskie prężnie rozwija się, wykorzystując fundusze z Unii Europejskiej - Iwona Sinkiewicz-Potaczała	39

Szanowni Państwo,

Wydawnictwo, które oddajemy w Państwa ręce jest pokłosiem czwartej już konferencji z cyklu „Media w procesie kształtowania wspólnot lokalnych”, organizowanej przez Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego. Raz do roku spotykamy się z przedstawicielami środowiska dziennikarskiego z naszego regionu, by dyskutować o roli mediów w kreowaniu poczucia więzi z małą ojczyzną i budowania tożsamości lokalnej – niezależnie od tego, czy słowo „lokalny” oznacza poziom gminy, powiatu czy też województwa.



Podczas poprzednich spotkań mówiliśmy o znaczeniu mediów, głównie prasy lokalnej, w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego i tworzenia poczucia wspólnoty lokalnej. Debatowaliśmy również o relacjach między mediami lokalnymi a samorządami gmin, ale także o roli komunikacji społecznej w kształtowaniu wizerunku jednostki samorządu terytorialnego.

W trakcie ostatniej konferencji „Media w procesie kształtowania wspólnot lokalnych. Strony internetowe – narzędzie promocji gmin i powiatów”, skupiliśmy się na roli Internetu w komunikacji społecznej. Zaproszeni do udziału w konferencji prelegenci (pracownicy naukowcy i dziennikarze), na konkretnych przykładach pokazywali, jak samorządy wykorzystują nowoczesne instrumenty komunikacji społecznej i promocji, jakie popełniają błędy i co powinny zrobić, by promocja poprzez strony www okazała się naprawdę skuteczna.

Ponieważ nasze spotkanie odbywało się pod koniec czteroletniej kadencji Samorządu Województwa Świętokrzyskiego, było też okazją do pewnych podsumowań i pokazania tego, co przez cztery lata udało się zrealizować w naszym województwie.

Wydawnictwo, które do Państwa trafia, jest swoistym zapisem naszego spotkania. Mam nadzieję, że będzie to dla Państwa interesująca lektura.

Adam Jarubas

A stylized, handwritten signature of Adam Jarubas in black ink.

Marszałek Województwa Świętokrzyskiego



Gminne witryny internetowe - niewykorzystane medium

Najważniejszym celem każdego przekazu, bez względu na to jakie współczesne media zastosujemy, jest czytelność. Strona internetowa to specyficzne medium, bo może zawierać wszelkie dotychczas stosowane sposoby przekazywania treści: oprócz tekstu mamy dźwięk i obraz oraz to co wyróżnia Internet - interaktywność. Elementem szczególnym Sieci jest również szybkość przekazu. Nie ma dzisiaj przeszkód, aby informować online, będąc w interakcji z odbiorcami, którzy jednocześnie mogą być nadawcami. Żadne z tak zwanych „starych mediów” tego nie umożliwiały.

Witryny samorządowe powinny wykorzystywać w pełni całe spektrum możliwości Internetu, dzięki czemu ich codzienna użyteczność znacznie wzrośnie.

Pierwszy rzut oka - wszyscy wiemy jak to jest ważne

Internet jest doskonałym narzędziem do przekazu treści, ale warunkiem podstawowym jest ich czytelność i sposób dodarcia, a w zasa-

dzie odwrotna kolejność jest ważniejsza. Na zdecydowanej większości gminnych stron liczba informacji (i zarazem „pseudoinformacji”) jest ogromna. Dzisiaj najważniejsza jest możliwość znalezienia interesującej nas wiadomości. Dlatego tak istotnym elementem funkcjonowania witryny jest jej czytelność w odbiorze. Jeżeli internauta znajdzie się na jakiegokolwiek witrynie gminy świętokrzyskiej, będzie miał kłopoty z poszukiwaniem informacji.

Najważniejsze powody:

- brak powiązania informacji z docelowym odbiorcą,
- zastosowanie layoutów witryn pochodzących z ery „wczesnego” Internetu, czyli nawet sprzed 10 lat.

Podstawowe zadanie każdej witryny to określenie do kogo chcemy ten przekaz dostarczyć. Analizując witryny świętokrzyskich gmin obraz odbiorcy jest w miarę jasny:

- mieszkaniec,
- inwestor (przedsiębiorca),
- gość (turysta).

Problem jest jednak w tym, że ten odbiorca może mieć wielkie kłopoty z dotarciem do swojej docelowej informacji, tej która go interesuje. Problemem jest niedostosowanie struktury strony do odbiorcy. Już „na pierwszy rzut oka” strony nie oferują przejrzystego systemu przekazu treści. Witryna powinna być tak skonstruowana, aby odbiorca, mógł szybko nawigować i znaleźć odpowiednie dla siebie miejsce. To jest jeden z najpoważniejszych mankamentów stron internetowych

- stworzenie przyjaznej nawigacji, intuicyjnej.

Mieszkaniec, inwestor czy turysta ma nieco inne wymagania, każdy z nich potrzebuje innej treści oraz usług. Są oczywiście informacje zbieżne dla każdej z tych grup, jak na przykład dane kontaktowe, adresowe, godziny pracy itp.. Witryna musi jednak uwzględniać specyfikę potrzeb, np. przedsiębiorca potrzebuje kontaktu z gminą, ale kontaktu „specjalistycznego”. Strona WWW powinna dać mu możliwość skontaktowania się z wydziałem lub osobą, która ma informacje przydatne biznesmenowi. Dać łatwy kontakt do osoby kompetentnej, znającej procedury zakładania firm, tereny inwestycyjne, wie co to uzbrojenie terenu, ulgi w podatkach lokalnych itp. Brak kompetencji wyznaczonej osoby zniechęci przedsiębiorcę do dalszych kontaktów. W czasach kryzysu, taki biznesmen będzie mógł przebierać w gminach i terenach, czeka go festiwal ofert, więc taki fachowy kontakt jest niezwykle ważny. Przyciągnie go tylko sprawność obsługi i dobrze przygotowana oferta.

Dlatego stworzenie odpowiedniej nawigacji (menu) i zarządzanie wiadomościami zgromadzonymi w tematycznych menu na stronie to element podstawowy. Jednak witryny świętokrzyskich gmin w ogóle nie wykorzystują najnowszych rozwiązań. Menu są chaotyczne, brak grupowania tematycznego, mylące odnośniki, ślepe linki.



Tłumaczeniem nie może być brak pieniędzy czy trudności techniczne. Dlaczego? Dzisiaj tworzenie stron przez laików nie jest problemem. Istnieje mnóstwo darmowych sposobów. Najbardziej rozpowszechnione to tak zwane CMSy, czyli Content Management System - systemy zarządzania treścią. Przykłady to Joomla, Drupal, Typo3 i wiele innych.



Rozpowszechniane są najczęściej na podstawie licencji GNU (licencja wolnego i otwartego oprogramowania), która pozwala na dowolne dysponowanie i wprowadzanie modyfikacji. Są pewne odmiany tej licencji, ale generalną zasadą jest pełna otwartość i dowolność. Licencję trzeba jednak przeczytać i zaakceptować warunki.

Nowoczesne CMSy wśród świętokrzyskich gmin to rzadkość. Zarządzanie tymi stronami jest wybawieniem od wszelkich umiejętności programowania. Należy opanować czynności przypominające obsługę edytora tekstu.

Treść

Przekaz, aby dotarł do naszego odbiorcy musi zawierać odpowiednią treść. Niestety, jak się czyta strony gmin świętokrzyskich odnosi się wrażenie, że ich zawartość powstawała w dosyć chaotyczny sposób. Po lekturze można wywnioskować jedno - amatorskie podejście. W przeważającej większości teksty nie były przygotowywane przez osoby o wykształceniu lub choćby kursie dziennikarskim. Autorzy nie posługiwali się podstawowymi zasadami budowania prawidłowej informacji, które mają odpowiedzieć na pytania: co? gdzie? kiedy? dlaczego?

Wielkim minusem jest ignorowanie ilustrowania tekstów grafikami lub zdjęciami, co jest standardem w Sieci. Zawartości Internetu „czyta się”, ale przede wszystkim ogląda. To wymusza odpowiednią konstrukcję przekazu. Kolejnym minusem jest długość informacji. W zdecydowanej większości teksty mogłyby być znacznie krótsze. Byłyby przez to atrakcyjniejsze dla odbiorcy, wzrastałaby szansa, że przede wszystkim przeczyta coś na witrynie.

Kto to przeczyta?

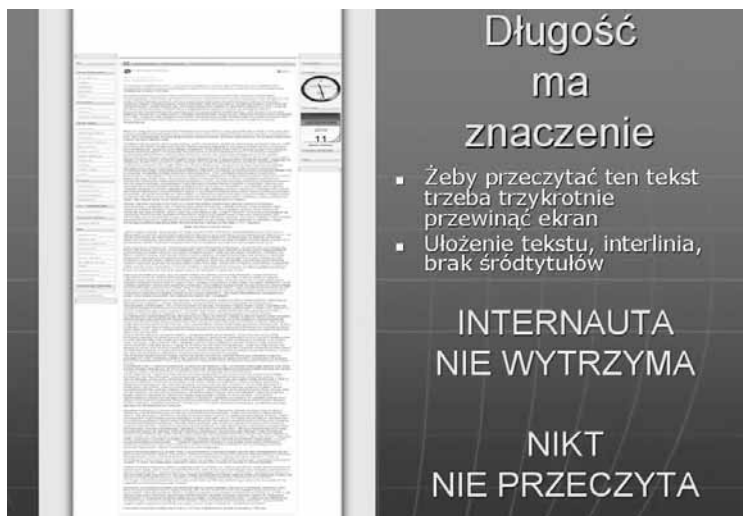
- Gmina dysponuje znacznymi, wolnymi zasobami pracy ludzkiej, jak również terenami uzbrojonymi, na których prowadzone może być różnego rodzaju działalność.
- W dniu dzisiejszym sady na terenie gminy się znajdują, lecz nie jest to obszar typowo sadowniczy. Gmina ma korzystne warunki rozwoju rolnictwa, największym bogactwem są tu gleby pszenno – buraczane. Rolnictwo jest wizytówką gminy. Główne uprawy to pszenica, buraki cukrowe, rzepak i ziemniaki.

Przykład:

„Przedmiotem opracowania jest budownictwo chłopskie XIX i XX wieczne we wsiach na terenie gminy.

Główną bazę materiałową opracowania stanowią badania terenowe autora na temat dawnego budownictwa drewnianego chłopskiego, przeprowadzone w 1976 r. na tym terenie w miejscowościach: A,B,C (w oryginalnym tekście podano nazwy miejscowości). Dzięki tym badaniom uzyskano wiele cennych informacji, z zakresu różnorodnych zagadnień związanych z dawnym budownictwem chłopskim, dotyczących m.in. rozplanowania budynków w zagrodzie, materiału z którego one zostały wzniesione, ich konstrukcji i rozplanowania wewnątrz. Najstarsze budynki zostały pomierzone i narysowano ich rzuty w odpowiedniej skali. Wiele z tych budynków sfotografowano na zewnątrz i wewnątrz. Fotografie przedstawiają m.in. elewacje i interesujące elementy budynku (okna, drzwi, konstrukcję ścian, urządzenia ogniowe). Aktualny stan dawnego budownictwa drewnianego chłopskiego na terenie gminy, zarejestrowano w lipcu 2007 r. oraz we wrześniu i październiku 2008 r. w wymienionych powyżej wsiach oraz w pozostałych na tym terenie, które nie były przedmiotem zainteresowania podczas badań terenowych w 1976 r.”

Tekst jest napisany w sposób nieatrakcyjny - językiem mało przystępnym, z licznymi powtórzeniami. Bez straty dla treści można go skrócić co najmniej o połowę.



Podobne problemy powtarzają się z bardzo często spotykanymi opisami gmin, ich położenia geograficznego, środowiska naturalnego.

Przykład:

„Charakterystycznym elementem szaty roślinnej gminy są wielogatunkowe, barwne agrocenozy chwastów polnych towarzyszących uprawom z szeregiem rzadkich w skali kraju składników flory rodzimej (liczne gatunki pochodzące z południowo - wschodniej Europy i z obszaru śródziemnomorskiego). Na miedzach pół uprawnych i obrzeżach lasów wykształciły się liczne zarośla krzewiaste z dominującą leszczyną i tarniną. Zakrzewienia te pełnią ważne funkcje ekologiczne (glebochronne, wiatrochronne, biocenotyczne i krajobrazowe). Prawie cały obszar gminy został uznany, zgodnie z koncepcją krajowej sieci ekologicznej za fragment węzła ekologicznego o randze międzynarodowej. Obszar ten jest ważnym elementem krajowego i europejskiego systemu przyrodniczego.”

Tego rodzaju języka należy unikać, bo nikt nie będzie w stanie tego przeczytać. Należy unikać także tego rodzaju publikacji, bo nie są one żadnym elementem przyciągającym, a raczej odpychającym. Internauta raczej nie będzie miał ochoty sprawdzać w słowniku co znaczy „funkcje biocenotyczne”, a tym bardziej zastanawiać się nad „fragmentem węzła ekologicznego”.

Podstawą publikacji internetowych jest ich błyskawiczny przekaz. Po zlustrowaniu portali gminnych pod względem szybkości informowania można dojść do wniosku, że na bieżącym przekazie gminom nie zależy. Relacje np. z licznych imprez kulturalnych publikowane są z kilkudniowym opóźnieniem. Przecież gminne strony często są sygnowane jako „informacyjne portale gminne”, co jednak zobowiązuje.

Dobrym sprawdzianem reakcji redaktorów witryn samorządowych na niezwykle ważne wydarzenie była tragedia smoleńska.

Reakcja na tragedię w Smoleńsku

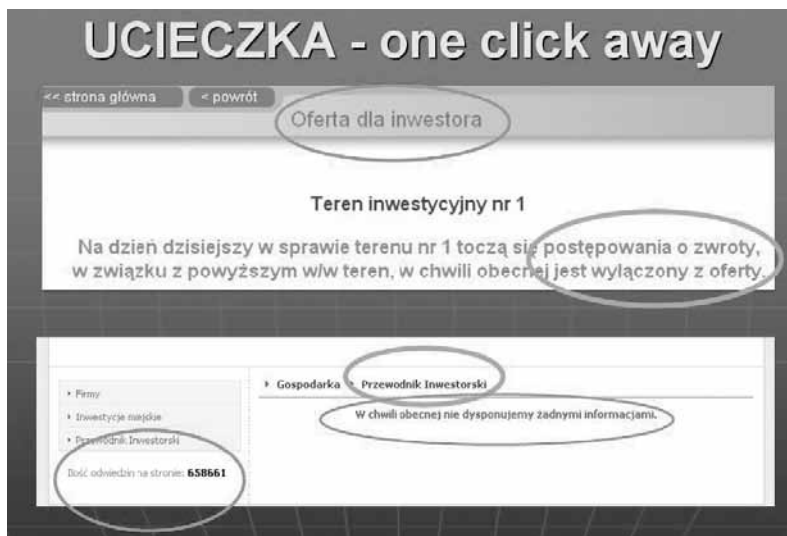
- 94 sprawdzone witryny gmin świętokrzyskich
- 27 zamieściło informacje o katastrofie
- 32 opublikowały kondolencje
- Tylko 20 witryn miało oba elementy – info + kondolencje

Strony zostały pierwszy raz przejrzane w niedzielę wieczorem (do katastrofy doszło w sobotę rano, 10 kwietnia - przyp. aut.), a więc były dwa dni na opublikowanie tak istotnej informacji. Wiele gmin zareagowało dopiero w poniedziałek lub wręcz po paru dniach, dając już jedynie kondolencje, zapraszając na msze i innego rodzaju uroczystości związane z żałobą narodową.

Zła konstrukcja tekstów oraz brak porządku na stronach powoduje efekt odrzucenia witryny. W Internecie jest to szczególnie łatwo zrobić, bo wystarczy jedno kliknięcie i jest się „na drugim końcu świata”. Taki efekt odrzucenia (one click away) to marzenie dla konkurencyjnej witryny gminnej, która w ten sposób zdobywa kolejnego klienta. Na portalach gminnych takie zaniedbania widoczne są szczególnie w działach gospodarczych - przeznaczonych dla inwestorów.



Charakterystyczny jest bałagan w treści i zawartości. Kiedy otwiera się kolejne linki w poszukiwaniu informacji pojawiają się banały: „Istotnym atutem gminy jest położenie w strefie dogodnych połączeń komunikacyjnych”. Najgorsze jednak są ślepe linki.

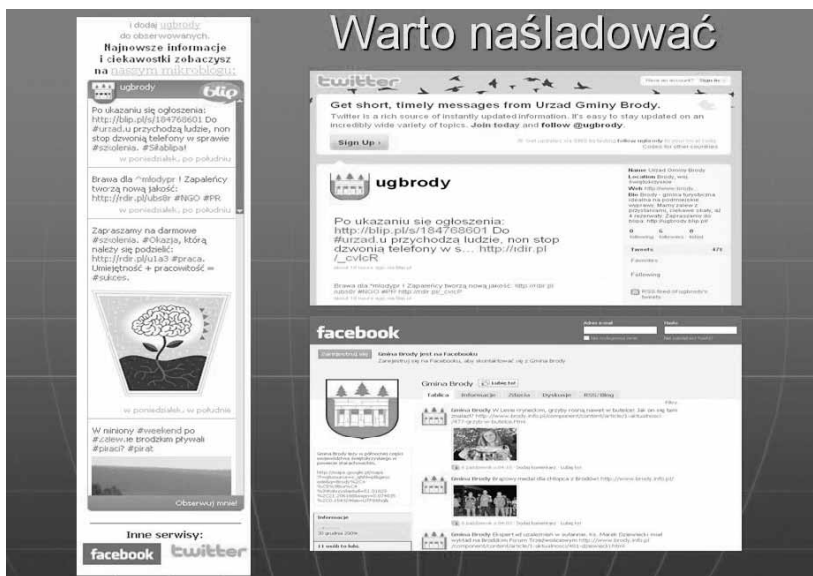


Informacja w „przewodniku inwestorskim” o braku informacji jest kompromitująca. Trudno uwierzyć, że w gminie brak jakiegokolwiek oferty kupna czy sprzedaży. Jeżeli już jest taki dział na WWW, to powinien zawierać chociażby krótką notkę o przygotowaniach do publikacji oferty. Zainteresowanie takimi informacjami jest bardzo duże o czym może świadczyć liczba odwiedzin strony zamieszczonej powyżej: 658 661. Pytanie: czy to będzie 600 tysięcy zadowolonych czy „odrzuconych” internautów?

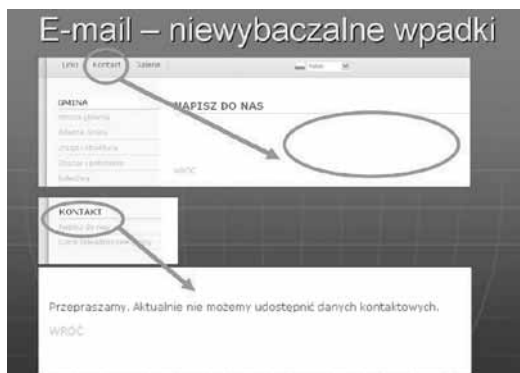
Interakcja

Interakcja to podstawowy filar działalności internetowej, i moim zdaniem, najważniejszy dla samorządu. Przecież dzięki wymianie informacji, nie tylko z mieszkańcami, można tak wiele się dowiedzieć się co naprawdę się w gminie dzieje.

Ze względu na brak miejsca nie będę analizował czatów, forów, kanałów RSS, newsletterów i obecności państwa na portalach społecznościowych, bo taka interaktywność to dzisiaj standard. Niestety, wśród świętokrzyskich gmin to rzadkość. Prawdziwym rodzynkiem jest gmina Brody, która już na frontowej stronie zaznacza o korzystaniu z portali społecznościowych. Co najważniejsze wszystkie linki odsyłające działają prawidłowo. Na pozostałych gminnych witrynach (do słownie paru stronach) są odnośniki do społeczności, ale nie zawsze działające.



Internet ma tę specyficzną cechę, że kontakt może być utrzymywany non-stop. Na stronach gminnych nadal odczuwa się ten dyskomfort, jakby braku poszanowania dla użytkownika Sieci. Interakcja pozostawia wiele do życzenia.



Nawet w linkach dotyczących kontaktu z gminą zdarzają się ślepe linki. Odnośnik „Napisz do nas” nie podaje nam ani adresu w „realu” ani e-mailowego. Przeglądając dane adresowe można odnieść wrażenie, że są one informacjami tajnymi: „Aktualnie nie możemy udostępnić danych kontaktowych”.

Brakuje przede wszystkim kontaktów podstawowych - gospodarze, radni, referaty. Trudno znaleźć wytłumaczenie dla takiego ignorowania potrzeb mieszkańców i np. inwestorów. Skala takich zaniedbań jest wręcz porażająca.



Nawet zwykłe linki typu KONTAKT, WYŚLIJ MAILA, ZADAJ PYTANIE można na niektórych witrynach znaleźć np. na 8, 12, czy na 38 pozycji w głównym menu. Prawdziwymi rarytasami na witrynach samorządowych są adresy e-mailowe radnych - występują dosłownie na paru stronach (czasami nie ma kompletu nazwisk).

Warto jednak pochwalić stosowanie na kilkunastu portalach specjalnych formularzy kontaktowych:

„Zadaj pytanie wójtowi, burmistrzowi itd.” To jest bardzo dobra forma kontaktu z mieszkańcami (inwestorami itd.). Wzmacnia interakcję pod warunkiem, że osoby które się tym zajmują rozumieją czym jest Internet i czym jest nowoczesna komunikacja. Z tym jest gorzej. Dlaczego? Wszystkie przykłady pochodzą z witryn świętokrzyskich.

Najpierw internauta otrzymuje zachętę:

- Żeby je zadać (pytanie np. burmistrzowi - przyp. aut), nie musisz już przychodzić do Urzędu. Nie musisz nawet ruszać się z domu. Burmistrz za pośrednictwem naszej witryny będzie odpowiadał na Państwa pytania.

Następnie internauta jest „sprowadzany na ziemię”:

- „Informujemy, iż kierownik jednostki odpowiada na pytania **raz w miesiącu** oraz zastrzegamy sobie możliwość odpowiedzi tylko **na te pytania, które są istotne i pożyteczne z punktu widzenia prowadzonej polityki informacyjnej gminy**./.../ Uprzejmie informujemy, że publikowane na łamach naszej witryny odpowiedzi Burmi-

strza są udzielane wyłącznie na pytania dotyczące jego kompetencji i obowiązków służbowych. Na pytania anonimowe odpowiedzi nie będą udzielane.

- W przypadku złamania któregokolwiek z zakazów Administratorzy serwisu zastrzegają sobie prawo do usunięcia wypowiedzi lub nie udzielenia odpowiedzi na pytanie.”

Jaki jest efekt takiego kontaktu - wyłącznie trzy pytania zadano i opublikowano. Reszta, jak miemam, była „nieistotna”, a może „nie była pożyteczna z punktu widzenia polityki”.

Samorządowcy sami stworzyli wspaniałe narzędzie komunikacji, które sami niszczą takimi uwarunkowaniami odpowiedzi:

- **„Jakie tematy nie będą podejmowane:**

- ponagląjące,
- obraźliwe i napastliwe w formie lub treści,
- naruszające dobra osobiste, oraz wolność obywatelską osób, których dotyczą,
- nie dotyczące spraw służbowych.

- Zastrzega się prawo do redagowania i skrótów w zadawanych pytaniach.

- Uprzedza się o wyborze pytań w zależności od wagi problemu danego zagadnienia.”

- W tym przypadku internauta musi nawet wykazać się znajomością Konstytucji RP (co na pewno byłoby chwalebne), ale również prawa

cywilnego i karnego. Gdyby jednak internauta miał odwagę zadać „trudne” pytanie to jego zapal szybko będzie ostudzony:

- „Przeglądając strony internetowe, wysyłając różnorakie informacje, czy wpisując się do ksiąg gości, **zostawiasz po sobie ślady pozwalające zidentyfikować Cię w świecie realnym**. Każdy komputer ma przypisany charakterystyczny adres, nazywa się go adresem IP.
- **Adres komputera IP i host zostanie zapisana** wraz z Twoją wypowiedzią. W przypadku złamania zasad regulaminu **dane te zostaną ujawnione, tak aby ułatwić ściganie autora.**”

Na takich zastrzeżeniach nie można budować interakcji w Internecie. Należy wyjaśniać, a nie straszyć. Należy odpisywać, a nie ścigać. Wójt, burmistrz, prezydent, który chce represjonować, a nie komunikować się nie znajdzie wspólnego języka z użytkownikami Sieci. Efekt?!

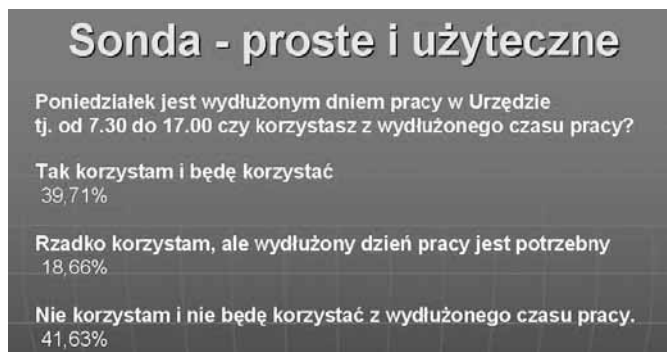


Porażka (przykład oczywiście z gminy świętokrzyskiej)!

Takie podejście świadczy o niezrozumieniu internetowej komunikacji. Internauta to NIE JEST PETENT, którego przywołuje się do

porządku. Taki rodzaj interakcji to społeczna prehistoria, świadcząca o braku „przestawienia się” na standardy XXI wieku.

Natomiast Internet daje nam wiele narzędzi, które ułatwiają nowoczesny kontakt z odbiorcą, kontakt dwukierunkowy. Na każdej witrynie można zastosować np. sondy, ankiety. Są one doskonałym barometrem nastrojów, są takimi małymi „pracownikami badań społecznych”. Dobry przykład dała gmina Miedziana Góra. Ważna sprawa, proste pytanie i szybka odpowiedź.



Interakcja jest niezbędna, bo bez niej każda strona internetowa będzie tylko kolejną witryną przypominającą gazetę oglądaną na ekranie - martwą, bez interakcji. Internauta „żyje” interaktywnością, oczekuje reakcji wręcz natychmiastowej, a nie po tygodniu. Jeżeli nie będzie miał takiej możliwości szybko się zniechęci.

Posumowanie

Samorządowcy, redaktorzy oficjalnych gminnych witryn internetowych muszą pamiętać, że nie mają monopolu na informacje. W każ-

dej chwili może pojawić się strona nieoficjalna (co zresztą się dzieje w kilku większych gminach), która będzie bardziej czytelna, atrakcyjna treściowo, interaktywna. Wtedy gminny informator pozostanie jedynie witryną dla „petenta”, a nie dla internauty. To będzie oznaczać sieciowy koniec takiego publikatora i porażkę jej twórców.

Na gminnych portalach niezbędne jest przeprowadzanie swoistej „kontroli jakości”, bo tylko taki audyt może wychwycić i wyeliminować wady, wzmocnić zalety. Sami najczęściej nie zauważamy swoich błędów.

Internet jest niezwykle dynamicznym medium dostarczającym wciąż nowych praktycznych narzędzi. Świętokrzyskie portale gminne są niezwykle ubogie w możliwości jakie dają sieciowe rozwiązania. Cenne jest to, że na niektórych witrynach pojawia się „życie interaktywne”. Wciąż rodzi się w bólach.

Największym wrogiem gminnych portali samorządowych jest jednak strach. Samorządowcy, gospodarze, wciąż widzą w Internecie więcej zagrożeń rodem z przeszłości niż narzędzia przyszłości.

kowalik-krzysztof@o2.pl

dr Cezary Jastrzębski,
kielecki dziennikarz i regionalista,
wykładowca Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego
Jana Kochanowskiego w Kielcach

Promocja gospodarstw agroturystycznych województwa świętokrzyskiego z wykorzystaniem Internetu

1. Wprowadzenie

W rozwoju agroturystyki ważnym elementem marketingu-mix jest promocja własnej bazy noclegowej oraz oferowanych usług i produktów turystycznych. Właściciele kwater wiejskich zachwalają swoje gospodarstwa za pośrednictwem ośrodków doradztwa rolniczego i Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”. Biorą udział w prezentacjach agroturystycznych w postaci kiermaszów, pikników, targów turystycznych i imprez promocyjnych. Prezentują ofertę w katalogach i folderach, prowadzą public relations i stosują tzw. promocję dodatkową dla stałych gości (np. w formie obniżek cen, kart stałych klientów, kuponów, konkursów i drobnych upominków). Reklamują się w massmediach i w formie reklamy zewnętrznej. Od kilku lat wykorzystują w tym celu także Internet.

O atrakcyjności promocji internetowej decyduje wiele różnorodnych czynników. Należą do nich przede wszystkim nieograniczony zasięg, niskie koszty, kompleksowość informacji i możliwość systematycznej aktualizacji. Także w przyszłości reklama ofert poprzez Internet będzie rozwijać się bardzo dynamicznie. Wynika to z licznych uwarunkowań. Ważne przy tym, że Internet jest jednym z pierwszych źródeł poszukiwania informacji turystycznych. Nieustannie też powiększa się liczba użytkowników sieci, którzy są potencjalnymi klientami agroturystycznymi. Koszt dotarcia do internauty jest dużo niższy niż w innych mediach. Za najważniejsze zalety korzystania z Internetu powszechnie uznaje się wygodę, oszczędność czasu i pieniędzy oraz możliwość rezerwacji online. Popularność obecności w sieci wynika również ze zwiększenia potencjału oferty poprzez tworzenie atrakcyjnych witryn stowarzyszeń agroturystycznych i za pomocą linków łączących strony domowe gospodarstw. Na nieustanny rozwój Internetu wpływa również powszechne docenianie nakładów ponoszonych na promocję i reklamę.

2. Promocja internetowa

Promocja internetowa charakteryzuje się zarówno zaletami, jak i wadami. Do tych pierwszych można zaliczyć niski koszt zamieszczenia oferty, niski koszt dystrybucji informacji, nieograniczony zasięg (nabywca w kraju i za granicą, przez 24 godziny), możliwość aktualizacji na bieżąco, stworzenie nowoczesnego wizerunku, możliwość zwiedzenia całego gospodarstwa dzięki prezentacjom multimedialnym, możliwość rezerwacji i płatności online oraz zindywidualizowanie usługi - internauta odczuwa, że oferta adresowana jest właśnie do niego.

Wśród wad promocji internetowej dostrzega się zwłaszcza brak możliwości dotarcia z ofertą do osób nie korzystających z technik komputerowych, wysokie koszty przy braku stałych łączów i trudności w znalezieniu konkretnej oferty w wyszukiwarkach. Prezentacje komputerowe często w drastyczny sposób odbiegają od prawdziwego charakteru zarówno infrastruktury turystycznej, jak i świadczonych usług. Nie bez znaczenia jest również brak kontaktu osobistego i odpersonalizowanie usługi.

W województwie świętokrzyskim promocja agroturystyki z wykorzystaniem Internetu odbywa się na kilku płaszczyznach:

1. Na stronach internetowych samorządów terytorialnych (powiaty i gminy)
2. Na stronach internetowych stowarzyszeń agroturystycznych
3. Promocja na stronach internetowych instytucji wspierających rozwój agroturystyki (ŚODR, ROT)
4. Promocja na domowych stronach internetowych gospodarstw agroturystycznych

3. Promocja na stronach internetowych samorządów terytorialnych (powiaty i gminy)

W województwie świętokrzyskim działa ok. 350 gospodarstw agroturystycznych. Ponad 190 zlokalizowanych jest w powiecie kieleckim, blisko 40 w powiecie staszowskim i blisko 30 w powiecie buskim. Powiat Kielecki posiada wprawdzie na swej oficjalnej stronie internetowej zakładkę „Agroturystyka”, ale znajduje się w niej jedynie wydany wcześniej drukiem folder w postaci pliku PDF. Obrazuje to rycina nr 1.

Ryc. 1. Zakładka „agroturystyka” na stronie internetowej Powiatu Kieleckiego.



Z kolei Powiat Staszowski nie tylko nie promuje gospodarstw agroturystycznych, ale nawet jakiegokolwiek bazy noclegowej. W wyszukiwarce pod hasłem „agroturystyka” jest wyłącznie jedno hasło – na temat zgłaszania się do projektu przedsiębiorczości, co ilustruje rycina nr 2.

Ryc. 2. Wyszukiwarka z hasłem „agroturystyka” na oficjalnej stronie Powiatu Staszowskiego



Natomiast Powiat Buski na stronie głównej zamieszcza zakładkę „Baza noclegowa”, w której znajdują się jedynie obiekty noclegowe w Busku Zdroju, w dodatku aktualizowane ... 14 marca 2006 r.! Tę kuriozalną sytuację zilustrowano na rycinie nr 3.

Ryc. 3. Baza noclegowa Powiatu Buskiego została zaktualizowana w 2006 r.



Rozpatrując promocję internetową samorządów gminnych, zwrócono uwagę na miasto i gminę Bodzentyn, gdzie znajduje się aż 48 gospodarstw agroturystycznych. W tym przypadku jednak w sieci nie ma żadnych informacji o bazie noclegowej. Wśród kilku linków nie ma też żadnych odwołań do stowarzyszeń agroturystycznych. Obrazuje to rycina nr 4.

Ryc. 4 Gmina Bodzentyn nie dba o internetową promocję agroturystyczną.



4. Promocja na stronach internetowych stowarzyszeń agroturystycznych

Na stronie Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” znajdują się informacje tylko o dziewięciu gospodarstwach świątokrzyskich. Dla przykładu: o dolnośląskich – 43, małopolskich – 50, pomorskich – 106. Pocieszeniem nie jest opolskie, które ma jedną ofertę. Sposób prezentacji gospodarstw regionu przedstawia rycina nr 5.

Ryc. 5. Świętokrzyskie na stronie PFTW „Gospodarstwa Gościnne”



Świętokrzyska Federacja Agroturystyki i Turystyki Wiejskiej „Ziemia Świętokrzyska” grupuje 10 stowarzyszeń, do których należy ok. 150 gospodarstw. Na swojej stronie prezentuje wszystkie stowarzyszenia i 123 gospodarstwa. Z większości zakładów gospodarstw następuje przekierowanie na portal wczasypolsce.pl, gdzie kwatery zostały zaprezentowane w dwóch monotonicznych wariantach, jak na rycinie nr 6.



32 gospodarstwa nie posiadają nic więcej, jak tylko jedną fotografię (często słabej jakości, co widać na rycinie nr 7), nazwisko właścicieli, adres i numer telefonu.

Ryc. 7 ŚFAiTW „Ziemia Świętokrzyska” prezentuje fotografie słabej jakości.



Galeria zdjęć zawiera 24 fotografie z mało czytelnymi podpisami. Opisane „Atrakcje” to 12 obiektów z błędnymi wiadomościami, np. ma odwołanie <http://www.agroturystyka-swietokrzyskie.pl/atrakcje,2.html> kuriozalna informacja:

„...pobenedyktański klasztor, o którym pierwsza wzmianka pochodzi z XII wieku, jest miejscem kultu i wielu pielgrzymek z całej Polski. Został ufundowany w 1006 roku przez fundację Bolesława II Krzywoustego”.

5. Promocja na stronach internetowych instytucji wspierających rozwój agroturystyki (ŚODR, ROT)

Na stronie internetowej Świętokrzyskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Modliszewicach brak informacji o gospodarstwach agroturystycznych. W wyszukiwarce znajduje się jedynie 13 notatek. Dokumentuje to rycina nr 8.

Ryc. 8. Promocja agroturystyki przez ŚODR w Modliszewicach



Agroturystykę znacznie lepiej promuje Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Świętokrzyskiego. Podstrona „Swojskie klimaty” zawiera ogólne informacje o agroturystyce w regionie, a podstrona „Świętokrzyskie smaki” przedstawia regionalne pokarmy. W zakładce „Gdzie spać” znajdują się szczegółowe informacje o 246 gospodarstwach agroturystycznych. To najlepsze źródło wiadomości

o turystyce na świętokrzyskiej wsi, dodatkowo wzbogacone o możliwości wyszukiwarki zawierającej wybór według miejscowości, regionów turystycznych, położenia i udogodnień, co przykładowo przedstawiono na rycinie nr 9.

Ryc. 9. Możliwości wyszukiwarki na stronie ROT WŚ

The screenshot shows a web interface for searching tourist accommodations. On the left, a dropdown menu labeled 'Region turystyczny:' is open, displaying a list of regions including Busko-Zdrój i okolice, Jędrzejów i okolice, Kazimierza Wielka i okolice, Kielce i okolice, Końskie i okolice, Opatów i okolice, Ostrowiec Świętokrzyski i okolice, Pińczów i okolice, Sandomierz i okolice, Skarżysko-Kamienna i okolice, Staszów i okolice, Włoszczowa i okolice, and 'Inny'. The main content area is titled 'Wybierz udogodnienia:' and contains a grid of checkboxes for various amenities: Akceptujemy Euro, Akceptujemy płatność kartą, Basen, Finnes Club, Internet, Klimatyzacja, Mówimy po angielsku, Mówimy po francusku, Mówimy po hiszpańsku, Mówimy po niemiecku, Mówimy po rosyjsku, Opieka nad dzieckiem, Parking, Parking strzeżony, Pokoje dla niepalących, Pokoje dla palących, Sejf, and Usługi biznesowe (faks, ksero itd.). At the bottom right are 'Zapisz' and 'Anuluj' buttons.

Tu również znajdują się jednak bałamutne informacje. Np. na podstronie http://swietokrzyskie.travel/pl/informator_turystyczny/gdzie_spac/o,418,teresa_i_stanislaw_duda.html, dotyczącej Cisowa zapisano: „Atrakcje w pobliżu to szlak turystyczny „partyzantów”, Cisowsko-Orłowski Park Krajobrazowy, w którym są trzy rezerwaty przyrody: Białe Ługi (torfowisko z unikatowymi odmianami roślin), Cisów (las mieszany 200-letnimi drzewami), Zamczysko (rezerwat ścisły z pozostałościami pogańskiej świątyni), wiele zabytkowych dworów, starych młynów, kościołów, Skansen w Tokarni, wszelkie zabytki i atrakcje ziemi świętokrzyskiej”.

6. Promocja na domowych stronach internetowych gospodarstw agroturystycznych

Wiele gospodarstw posiada własne strony internetowe. W zdecydowanej większości są one jednak statyczne, wyglądają jak tradycyjne, papierowe foldery. Bardzo rzadko stosowany jest dźwięk, nie ma animacji 3 D czy filmów. Zwykle pojedyncze fotografie nie mają żadnych podpisów. Właściciele nie zachęcają do składania zamówień online.

7. Podsumowanie

- W promocji gospodarstw agroturystycznych województwa świętokrzyskiego Internet nie jest narzędziem wykorzystywanym skutecznie. Jedynie portal swietokrzyskie.travel prowadzony przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa Świętokrzyskiego w dostatecznym stopniu spełnia najważniejsze oczekiwania użytkowników sieci.
- Mimo, że reklama internetowa jest szeroko rozpowszechnioną formą komunikacji społecznej, w odniesieniu do agroturystyki nie korzystają z niej władze lokalne, które przecież na co dzień deklarują nieustające wsparcie dla tego typu inicjatyw społecznych.
- Właściciele gospodarstw słabo radzą sobie z możliwościami, jakie stwarza Internet. Najczęściej mają świadomość, że powinni z niego korzystać, ale poprzestają na sztamkowej, mało ciekawej formie.

- W warstwie tekstowej liczne strony internetowe zawierają mnóstwo kompromitujących błędów.
- Wśród przejranych propozycji nie odnaleziono promocji oferty, która spełniałaby wymogi klasycznej definicji agroturystyki.

Cezary Jastrzębski

Iwona Sinkiewicz-Potaczała,
rzecznik prasowy marszałka
województwa świętokrzyskiego



Świętokrzyskie prężnie rozwija się, wykorzystując fundusze z Unii Europejskiej

Pracowite cztery lata

Oddane do użytku nowoczesne oddziały kardiochirurgii i neurochirurgii, zmodernizowane Świętokrzyskie Centrum Onkologii, nowe instytucje kultury i obiekty oświatowo – sportowe oraz wyjątkowe w skali kraju programy edukacyjne – trudno wymienić wszystko to, co w ciągu ostatnich czterech lat wydarzyło się w województwie świętokrzyskim. - Za nami pracowite cztery lata. To był owocny czas. Nie zmarnowaliśmy szans, gospodarnie wydając każdą budżetową złotówkę i każde euro unijnej pomocy – ocenia Marszałek Województwa Świętokrzyskiego Adam Jarubas.

Głównym wyzwaniem tej kadencji było sprawne wdrożenie funduszy pomocowych, które zostały postawione do dyspozycji województwa na lata 2007-2013. W ramach tylko jednego Regionalne-

go Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego region miał do dyspozycji prawie 726 mln euro. Dodatkowo Świętokrzyskie otrzymało 317,5 mln euro z programu Kapitał Ludzki i 527 mln zł z regionalnego komponentu Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich. - Wykorzystując te pieniądze, postawiliśmy w pierwszej kolejności na rozwój zaniedbywanej przez lata infrastruktury technicznej. Ale także na inwestycje w sferze zdrowia i kultury – podkreśla Adam Jarubas.

W ramach RPO na remonty i modernizacje dróg w regionie świętokrzyskim Zarząd Województwa rozdysponował w sumie 612 milionów złotych. Ruszyła też bardzo długo oczekiwana rozbudowa lotniska w podkieleckim Masłowie. Wydłużenie pasa startowego umożliwi przyjmowanie małych samolotów pasażerskich.

W ciągu ostatnich czterech lat przeprowadzone zostały duże inwestycje w placówkach ochrony zdrowia, m.in. oddano do użytku nowoczesne oddziały kardiologii i neurochirurgii w Wojewódzkim Szpitalu Zespolonym, rozbudowany został blok operacyjny w Świętokrzyskim Centrum Onkologii, ta sama placówka wzbogaciła się także o najnowocześniejsze urządzenie diagnostyczne PET (pozytonowy tomograf emisyjny), w Świętokrzyskim Centrum Rehabilitacji w Czarneckiej Górze powstała nowoczesna stacja kolektorów słonecznych, a szpital otrzymał nowoczesny sprzęt do rehabilitacji. - Wszystkie te inwestycje doprowadziły do stworzenia w regionie nowoczesnej bazy ochrony zdrowia, dającą mieszkańcom województwa dostęp do najnowocześniejszych procedur medycznych i programów profilaktycznych – mówi marszałek województwa.

Jak podkreśla marszałek realizacja Regionalnego Programu Operacyjnego przebiega bardzo sprawnie, a Świętokrzyskie już znalazło się w grupie województw, które będą uczestniczyć w podziale dodatkowych 512 milionów euro z tzw. Krajowej Rezerwy Wykonania. To zaś oznacza możliwość dofinansowania kolejnych inwestycji w regionie.

W mijającej kadencji Samorząd Województwa Świętokrzyskiego zasłynął autorskim „Świętokrzyskim programem wspierania rozwoju edukacji”. W pierwszej edycji program realizowany był na terenach wiejskich, w drugiej – już na obszarze całego województwa. - Uznaliśmy, że inwestycja w edukację, w wiedzę, to lokata dająca najwyższe zyski w przyszłości. Dobrze wykształcone społeczeństwo, to dynamicznie rozwijający się region – mówi Adam Jarubas. Dzięki realizowanemu programowi, w ciągu dwóch lat do szkół w województwie świętokrzyskim trafiły nowoczesne pomoce dydaktyczne, m.in. tablice interaktywne, class mate’y czy pracownie językowe, o wartości 10 milionów złotych! Pieniądze na ten nowoczesny sprzęt edukacyjny pochodziły z budżetu województwa. Ale nowoczesną edukację Zarząd Województwa wspierał także funduszami z Unii Europejskiej, w ramach programu Kapitał Ludzki. W efekcie na terenach wiejskich stworzone zostały przedszkola i punkty przedszkolne dla 8 tysięcy maluchów. Przedszkola w całości finansowane są z funduszy unijnych. Prawie 35 tysięcy świętokrzyskich uczniów otrzymało możliwość uczestnictwa w zajęciach pozalekcyjnych. Blisko 400 uczniów ze Świętokrzyskiego otrzymało unijne stypendia naukowe, w sumie blisko 1 milion złotych!

Samorząd Województwa Świętokrzyskiego może się też pochwalić ważnymi inwestycjami w zakresie kultury i turystyki. W ciągu

ostatniej kadencji do użytku oddana została nowa siedziba Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej, budowane jest Międzynarodowe Centrum Kultur, w którym nową siedzibę znajdzie Filharmonia Świętokrzyska, a w Pacanowie powstało Europejskie Centrum Bajki imienia Koziółka Matołka.

- Jako Samorząd Województwa ustrzegliśmy się politycznych wstrząsów, a to pozwoliło nam skupić się na rzetelnej pracy na rzecz rozwoju Ziemi Świętokrzyskiej. Taki zakładaliśmy sobie cel i udało się go zrealizować – podkreśla marszałek Adam Jarubas.

Iwona Sinkiewicz



Biuro Komunikacji Społecznej
Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego