

Atskaite par dalību COPA – COGECA

Komunikācijas seminārā 2014

29. aprīlī 2014. Brisele

Eiropas Parlamenta Lauksaimniecības komitejas runas persona Havjers Pavards seminārā informēja par komunikācijas niansēm svarīgu lēmumu, tostarp Kopējās Lauksaimniecības politikas 2013.- 2020.gadam procesa komunikāciju starp EP, Eiropas Komisiju un Eiropas Padomi. Viņš uzskata, ka jau šobrīd jāsāk gatavoties nākamā perioda KLP un šīs politikas komunikācijai. H.Pavards uzsvēra, ka lielākā ietekme uz KLP komunikāciju ir Eiropas Komisijai, kas veido savu komunikācijas stratēģiju. H.Pavards norāda, ka pēdējo divu gadu laikā komunikācijas temps mainās, tas kļūst ātrāks. Tempa kāpumu ietekmē modernās tehnoloģijas un ar tām saistītie informācijas kanāli – sociālie tīkli. Kaut arī ir virkne politiķu un ierēdņu Briselē, kuri vēl nezina, kā darbojas twitteris, tomēr tas šobrīd ieņem pirmo vietu komunikācijā. Twitter dod labu iespēju komunicēt pa tiešo ar mērķauditorijām, turklāt Twitter ļoti mīl žurnālisti, viņi ļoti seko līdzi jaunumiem twitterī un tas pamazām kļūst par ietekmīgu informācijas avotu ziņu tapšanai.

H.Pavards uzsver, ka Ir jāstiprina pozīcijas sociālajos tīklos jo arī lauksaimnieki, lauku uzņēmēji aizvien aktīvāk izmanto internetu, un tā ir iespēja tieši komunicēt ar cilvēkiem.

Pjērs Pino, Francijas Lauksaimniecības kooperatīvu asociācijas pārstāvis iepazīstināja ar komunikācijas darbu pēdējo divu gadu laikā, kas saistīts sākot no logo, mājas lapas izveides, biroja ēkas izkārtnes veidošanas, bukletu izdošanas līdz sociālo tīklu kontu izveidošanai. Kopējās izmaksas ir līdz 6 miljoniem eiro. Arī P.Pino uzsver, ka digitālie mediji: Facebook (FB) un Twitter (TW) kļūst aizvien nozīmīgāki. P.Pino demonstrēja arī video, kas parāda lauksaimniecības kooperācijas nozīmi. Kopumā 40' ilga video klips demonstrēts vairākos TV, tas tika pozitīvi uztverts, organizācija turpinās izstrādāt video ar 30' un 15' ilgumu. Viņš uzsver, ka video nav iespējams ietvert daudz informācijas, bet sabiedrības attieksmi iespējams veidot ar precīzi izvēlētiem attēliem. Par nozīmīgu darbu komunikācijā Pino nosauc arī dalību lauksaimniecības izstādēs. Ne mazāk svarīgi, lai organizācijas vadītājs būtu atvērts medijiem, spētu veiksmīgi piedalīties TV diskusijās, paužot argumentētu viedokli.

EK Lauksaimniecības ģenerāldirektorāta runas personas Rodžers Vaits norāda, ka komunikācija no visiem aspektiem kļūst ātrāka un arī sarežģītāka. Pirmkārt jāērķinās ar to, ka KLP tiek veidots, koplēmuma procedūrā iesaistoties trīs institūcijām – EK, Eiropas Padomei un Eiropas Parlamentam. Veiksmīgai KLP komunikācijai, ieviešot deleģētos aktus, jāērķinās arī ar NVO un ES dalībvalstu viedokli. Turklāt sabiedrība ir mainījies, tā bieži vien nesaprot, kādas prasības lauksaimniekiem jāizpilda, lai saražotu, piemēram, pienu, ko pilsētnieki pārē veikalā. Tādēļ šobrīd ES dalībvalstīs tiek realizēta KLP informācijas kampaņa – ir reklāmas rullīši, bukleti, atraktīvas kartiņas, liela aktivitāte sociālajos tīklos. Kampaņas



izmaksas ir lielas un atsevišķas dalībvalstīs jau pieprasījušas skaidrojumu par finansējuma izlietojumu.

Vērtējot darbu ar mēdijiem, R.Vaits uzsver, ka pēdējo četru gadu laikā žurnālistika ir ļoti mainījusies. Bieži vien uz nozīmīgiem EK pasākumiem ierodas tikai pāris žurnālisti. Preses konferences notiek online, informācija tiek iegūta, sēžot birojos. No ES ministru sanāksmēm informācija tiek iegūta no ministru twītiem.

Arī R.Vaits uzsver, ka atslēgas punkts ir TW. Pateicoties tam un FB ir iespēja nodot informāciju pa tiešo mērķauditorijām. Taču ar žurnālistiem nevar nerēķināties, jo viņiem tieši digitālie mediji dod daudz plašākas iespējas interpretēt notiekošo. Līdz ar to komunikāciju kampaņu cilvēki, kuri strādā savu organizāciju labā sociālajos tīklos, kļūst aizvien svarīgāki, jo viņi ir atslēgas figūras precīzā ziņu veidošanā un tajā, kā šīs ziņas var tikt tālāk interpretētas.

COPA-COGECA ģenerālsēkretārs Peka Pesonens informēja par pasākumiem, kas notiks saistībā šogad ar KLP un starptautisko ģimenes saimniecību gadu, kā arī kooperatīviem.

Digitālo mediju eksperts Džons Vorts izklāstīja sociālo tīklu nozīmīgumu viedokļu paušanai, to ietekmi uz ES politikām un politiku iespēju veidot viedokli, izmantojot sociālos tīklus. Viņš uzsver, ka TW ir 500 milj. kontu, 140 milj. aktīvo lietotāju, 175 miljoni twītu katru dienu. Eiropas Parlamenta 53% deputātiem ir TW kontu, no ES komisāriem aktīvākā ir digitālo programmu komisāre Nēlija Krūsa, kurai ir 91 000 sekotāju. Sociālie tīkli palīdz medijiem vieglāk kontaktēt ar augstām ES amatpersonām un pat panākt tikšanos ar viņiem.

Dž.Vorts uzsver, ka FB ir cilvēkiem, kurus zināt, TW ir cilvēkiem, kuru vēlaties iepazīt.

Vācijas zemnieku apvienības komunikāciju pārstāvis Mihaels Lose stāsta, ka Vācijā lauksaimnieku sabiedrībai jāsakaras ar izaicinājumiem, ka radušies dažādu pārtikas skandālu rezultātā. Ir jācīnās ar pieņēmumiem, ka lauksaimnieki piesārņo vidi un ražo industriālu, unificētu pārtiku, kas nav pārāk laba cilvēku veselībai. Vācijas Zemnieku apvienība pēdējos piecos gados ir veikusi lielus ieguldījumus, lai uzlabotu sabiedrības viedokli par nozari. Ir veidotas publikācijas, video, lai stāstītu par to, ar kādu atbildību Vācijas lauksaimnieki ražo pārtikas izejvielas. Jaunākā aktivitāte – 14.un 15.jūnijā tiek rīkota akcija „Atvērtās sētas”, kur vairāk kā 1000 lauksaimniecības uzņēmumu aicinās pilsētniekus paviesoties tajos, lai varētu izstāstīt, kā top pārtika. Mihaels Lose uzsver, ka jebkuras aktivitātes popularizēšanā un viedokļa skaidrošanā liela nozīmē ir sociālajiem tīkliem, kaut arī jāatceras, ka nav vienkārši KLP, labturības prasības, pret vidi atbildīgu saimniekošanu ietvert 140 rakstu zīmēs TW un 30' TV videoklipos.

Sociālo tīklu arvien pieaugošo nozīmi uzsvēra arī FNSA komunikācijas eksperte Sintija Kari, kura informēja, ka 80% no Francijas lauksaimniekiem lieto internetu un 45% no viņiem ir konts sociālajos tīklos.

Komandējumā gūtās atziņas, secinājumi un pārņemamā pieredze:

Latvijā komunikāciju cilvēki faktiski cenšas izmantot visas tās pašas komunikāciju metodes, ko izmanto ES institūcijās un ES lauksaimnieku organizācijās. Ikdienā notiek aktīva viedokļu paušana sociālajos tīklos, organizēti viedokļi medijos, veidoti bukleti, uzlabotas mājas lapas utt. Tas, kas ir kardināli atšķirīgi un par ko organizāciju vadītājiem būt ļoti nopietni jāpiedomā – ES NVO komunikāciju darbu uztver tikpat nopietni, kā jebkuru citu organizācijas aktivitāti un novirza tam ievērojamus finanšu, tehniskos un cilvēkresursus. Ir pašsaprotami, ka komunikācijai tiek veidoti departamenti, kur atsevišķi speciālisti nodarbojas ar TW, FB un pārējiem sociālajiem tīkliem, atsevišķi speciālisti strādā ar mājas lapu, kā arī ir atsevišķi atbildīgie - par printētiem materiāliem, prezentmateriāliem, izstādēm utt. Tāpat ir atsevišķa runas persona, kas pauž attiecīgās NVO viedokli. Tā, ka Latvijā komunikācijas darbs ne vienmēr tiek pietiekami nopietni uztverts, visus šos darbus bieži vien veic viens speciālists, kā rezultātā cieš darba kvalitāte.

Iveta Tomsone

Paraksts



PROJEKTU LĪDZFINANŠĒ
EIROPAS SAVIENĪBA

**ELFLA**
EIROPAS LAUKSAIMNIECĪBAS FONDS LAUKU ATTĪSTĪBAI:
EIROPA INVESTĒ LAUKU APVIDOS

*Saskaņā ar Latvijas Republikas Zemkopības ministrijas un SIA „Latvijas Lauku konsultāciju un izglītības centrs”
2014. gada 31. janvārī noslēgto līgumu Nr.2014/14, aktivitāte „Nozaru ekspertu ziņojumi.”
Atbalsta Zemkopības ministrija un Lauku atbalsta dienests.*